



**Частное учреждение высшего образования  
«Институт государственного администрирования»**

---

**Кафедра экономики и менеджмента**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе

 П.Н. Рузанов

«26» августа 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«Международный маркетинг»**

**Направление подготовки:**

**38.04.01 «Экономика»**

**профиль: «Экономика и внешнеэкономическая  
деятельность»**

**Квалификация – магистр**

**Форма обучения: очная, заочная**

**Москва 2022 г.**

Рабочая программа по дисциплине **«Международный маркетинг»** составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура, от 11 августа 2020 г. № 939, для обучающихся по направлению подготовки **38.04.01 «Экономика»**.

Составитель:  
д.э.н., доцент Омарова З.К.

**РАССМОТРЕНА и ПРИНЯТА**  
на заседании кафедры  
экономики и менеджмента  
«24» августа 2022 г., протокол № 1

З.К. Омарова

---

(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2.	Место учебной дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы	5
3.	Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
4.	Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.....	6
5.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	9
6.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	12
7.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	13
8.	Профессиональные базы данных и информационные справочные системы	14
9.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	15
10.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	16
11.	Программное обеспечение (комплект лицензионного программного обеспечения)	17

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения данной дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения, а также результатов обучения, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенций	Коды и индикаторы достижения компетенций	Коды и результаты обучения
ПК-2. Способен осуществлять разработку плана внешнеэкономической деятельности организации и контроль его выполнения	ПК-2.1. Обосновывает количественные и качественные требования к производственным ресурсам, необходимых для решения профессиональных задач в сфере экономики и осуществления внешнеэкономической деятельности	РОЗ - ПК-2.1: - знать основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности; условия внешне-торгового контракта; маркетинг и особенности ценообразования
	ПК-2.2. Осуществляет мониторинг отклонений от выполнения достижения промежуточных целей и результатов плана внешнеэкономической деятельности	РОУ - ПК-2.2: - уметь обобщать и систематизировать задачи в сфере внешнеэкономической деятельности; разрабатывать стратегические и текущие планы для осуществления внешнеэкономической деятельности; определять приоритеты и ключевые факторы развития внешнеэкономической деятельности организации; обобщать и систематизировать информацию о направлениях деятельности организации
	ПК-2.3. Проводит систематизацию задач и обоснование приоритетных направлений в развитии внешнеэкономической деятельности и мер государственной поддержки	РОВ - ПК-2.3: - владеть навыками проведения мониторинга отклонений от выполнения достижения промежуточных целей и результатов плана внешнеэкономической деятельности организации; навыками к формированию комплекса предложений по приоритетным направлениям развития внешнеэкономической деятельности и мер государственной поддержки внешнеэкономической деятельности

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Б1.В.08 Дисциплина «Международный маркетинг» входит в часть программы магистратуры, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика».

Освоение курса базируется на дисциплинах бакалавриата направлений «Экономика» и «Менеджмент», изученных студентами в высшем учебном заведении. Кроме того, она опирается на дисциплины, изучаемые студентом в магистратуре, такие как «Макроэкономика (продвинутый уровень)» и «Микроэкономика (продвинутый уровень)», «Международное право и внешнеэкономическая деятельность», «История и методология науки и производства», «Коммерческое ценообразование», «Россия в системе мировых хозяйственных связей».

*Целью изучения дисциплины* является расширение и систематизация знаний магистров в области влияния интернационализации национальной экономики и глобализации мировых рынков на деятельность предприятий, а также формирование у учащихся совокупности знаний в области теории и практики международного маркетинга, приобретение умений и навыков самостоятельной разработки и проектирования деятельности в области внешнеторговой маркетинговой деятельности. *Задачи изучения дисциплины* направлены на обеспечение необходимыми знаниями в области международной маркетинговой деятельности, формирование умений анализировать современные проблемы в области международного маркетинга и находить пути их решения, обеспечение необходимыми навыками использования маркетинговых инструментов в международной деятельности.

### **3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы (ЗЕ), 108 академических часов.

<b>Виды учебной работы</b>	<b>очная форма обучения</b>	<b>заочная форма обучения</b>
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)	<b>108</b>	<b>108</b>
Аудиторная работа (в часах):	<b>28</b>	<b>12</b>
Лекции (Л)	10	4
Практические занятия (ПЗ)	18	8
Самостоятельная работа (СР) (в часах):	<b>53</b>	<b>87</b>
Контроль	<b>27</b>	<b>9</b>
Форма итогового контроля по дисциплине	<b>экзамен</b>	<b>экзамен</b>

### **4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий**

#### **Очная форма обучения**

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоёмкость (в часах)	Виды учебных за- нятий, включая самостоятельную работу обу- чающихся и тру- доемкость (в ча- сах)			Оценочные средства	Результаты обучения
			Контакт ная ра- бота		СР		
			все- го	ЛК			
1.	Тема 1. Понятие международного маркетинга. Сущность и основные элементы международного маркетинга. Эволюция международного маркетинга.	19	2	4	13	Реферат	РОЗ-ПК-2.1 РОУ-ПК-2.2 РОВ-ПК-2.3
2.	Тема 2. Стратегии выхода на международный рынок.	14	2	2	10	Тестирование	РОЗ-ПК-2.1 РОУ-ПК-2.2 РОВ-ПК-2.3
3.	Тема 3. Экспортная товарная политика.	16	2	4	10	Реферат	РОЗ-ПК-2.1 РОУ-ПК-2.2 РОВ-ПК-2.3
4.	Тема 4. Ценовая политика	16	2	4	10	Тестирование	РОЗ-ПК-2.1 РОУ-ПК-2.2 РОВ-ПК-2.3
5.	Тема 5. Международная коммуникационная политика.	16	2	4	10	Тестирование	РОЗ-ПК-2.1 РОУ-ПК-2.2 РОВ-ПК-2.3
	<b>Экзамен</b>	<b>27</b>					
	<b>ИТОГО:</b>	<b>108</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>53</b>		

### Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоёмкость (в часах)	Виды учебных за- нятий, включая самостоятельную работу обу- чающихся и тру- доемкость (в ча- сах)			Оценочные средства	Результаты обучения
			Контакт ная ра- бота		СР		
		все- го	ЛК	ПЗ			
1.	Тема 1. Понятие международного маркетинга. Сущность и основные элементы международного маркетинга. Эволюция международного маркетинга.	21		2	19	Реферат	РОЗ-ПК-2.1 РОУ-ПК-2.2 РОВ-ПК-2.3
2.	Тема 2. Стратегии выхода на международный рынок.	21	2	2	17	Тестирование	РОЗ-ПК-2.1 РОУ-ПК-2.2 РОВ-ПК-2.3
3.	Тема 3. Экспортная товарная политика.	19		2	17	Реферат	РОЗ-ПК-2.1 РОУ-ПК-2.2 РОВ-ПК-2.3
4.	Тема 4. Ценовая политика	21	2	2	17	Тестирование	РОЗ-ПК-2.1 РОУ-ПК-2.2 РОВ-ПК-2.3
5.	Тема 5. Международная коммуникационная политика.	17			17	Тестирование	РОЗ-ПК-2.1 РОУ-ПК-2.2 РОВ-ПК-2.3
	<b>Экзамен</b>	<b>9</b>					
	<b>ИТОГО:</b>	<b>108</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>87</b>		

### *Содержание разделов и тем дисциплины*

**Тема 1. Понятие международного маркетинга. Сущность и основные элементы международного маркетинга. Эволюция международного маркетинга.**

Понятие международного маркетинга. Среда международного маркетинга. Особенности международного маркетинга. Маркетинговые исследования международных рынков. Источники информации о международных рынках. Анализ полученной информации.

**Тема 2. Стратегии выхода на международный рынок.**

Возможные условия и риски, связанные с выходом на международный рынок. Стратегии входа на международный рынок. Каналы товародвижения в международной торговле.

### **Тема 3. Экспортная товарная политика.**

Стратегии адаптации товара на внешнем рынке. Конкурентоспособность товара на внешнем рынке. Ассортиментная политика. Дизайн и упаковка экспортного товара. Сервисная политика международном маркетинге.

### **Тема 4. Ценовая политика.**

Ценовая политика. Расчет экспортной цены. Цены на мировом рынке. Ценовые стратегии в международном маркетинге.

### **Тема 5. Международная коммуникационная политика.**

Маркетинговые средства коммуникаций. Коммуникативные стратегии. Рекламные кампании на международных рынках. Договорная политика в международном маркетинге. Основные разделы внешнеторгового контракта. Международные торговые сделки.

## ***5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)***

Самостоятельная работа обучающихся включает следующие формы:

- аудиторная самостоятельная работа;
- внеаудиторная самостоятельная работа;
- творческая, в том числе научно-исследовательская работа.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по данной дисциплине предусматривает:

- выполнение самостоятельных работ;
- выполнение контрольных и практических работ;
- решение задач теоретической и практической направленности;
- работу со справочной, методической и научной литературой;
- решение кейсов, деловые игры.

Основными видами самостоятельной работы обучающихся при изучении данной дисциплины являются:

- подготовка к аудиторным занятиям и выполнение заданий разного уровня сложности: к проблемным лекциям, семинарам, дискуссиям, коллоквиумам и т.п.;
- изучение отдельных тем или вопросов учебной дисциплины, составление конспектов, самоконтроль знаний;
- выполнение контрольных работ, контрольных домашних работ, твор-



ческих заданий;

- подготовка докладов, сообщений, рефератов, эссе, презентаций, и т.д.;
- выполнение тестовых заданий с использованием интернет-тренажеров;

- подготовка к участию в научных и научно-практических конференциях и семинарах.

Методические указания к оформлению разных форм отчетности по самостоятельной работе

1. Эссе – одна из форм письменных работ, наиболее эффективная при освоении базовых и вариативных дисциплин. Роль этой формы контроля особенно важна при формировании универсальных компетенций выпускника, предполагающих приобретение основ гуманитарных, социальных и экономических знаний, освоение базовых методов соответствующих наук.

Эссе – небольшая по объему самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем соответствующей дисциплины. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных умозаключений.

Эссе – средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Эссе должно содержать чёткое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ собранных обучающимся конкретных данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации, подробный разбор предложенной преподавателем проблемы с развёрнутыми пояснениями и анализом примеров, иллюстрирующих изучаемую проблему и т.д.

Требования к эссе могут трансформироваться в зависимости от конкретной дисциплины, однако качество работы должно оцениваться по следующим критериям: самостоятельность выполнения, способность аргументировать положения и выводы, обоснованность, четкость, лаконичность, оригинальность постановки проблемы, уровень освоения темы и изложения материала (обоснованность отбора материала, использование первичных источников, способность самостоятельно осмысливать факты, структура и логика изложения). Для подготовки эссе обучающемуся предоставляется список тем, список обязательной и дополнительной литературы, требования к оформлению.

Структура эссе:

1. Титульный лист.
2. План.

3. Введение с обоснованием выбора темы.
  4. Текстовое изложение материала (основная часть).
  5. Заключение с выводами по всей работе.
  6. Список использованной литературы.
2. Реферат.

Реферат – форма письменной работы, которую рекомендуется применять при освоении вариативных (профильных) дисциплин профессионального цикла. Как правило, реферат представляет собой краткое изложение содержания научных трудов, литературы по определенной научной теме.

Тему реферата обучающиеся выбирают по желанию. Основным критерий выбора – учебно-научный и профессиональный интерес обучающегося.

Цель написания – более глубокий уровень освоения тематики дисциплины. Обучающемуся при написании реферата предстоит стать исследователем, взглянуть на проблему самостоятельно и, может быть, обнаружить, открыть для себя то, что оставалось ранее незамеченным.

Структура реферата включает следующие компоненты:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- перечень использованной литературы;
- приложения.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы и личный интерес автора к теме.

В основной части необходимо осветить те или иные стороны проблемы. Материал основной части рекомендуется излагать в форме параграфов. Вначале излагается теоретический материал: описываются рабочие термины, рассматриваются имеющиеся в научной литературе теоретические концепции, важные положения, аспекты. Затем приводятся фактические данные: наблюдения специалистов, наблюдения обучающегося. Хорошо, если удастся критически проанализировать и сопоставить теоретические и фактические данные.

В заключении формулируются выводы, дается оценка проведенного анализа, изученного материала.

Реферат оформляется на электронном носителе, шрифт TimesNewRoman, размер – 14 pt, поля по 2 см. с каждой стороны. Объем – 10-12 стр. Нумерация – по центру внизу. Список использованных источников составляется в алфавитном порядке методом библиографического описания по ГОСТу. В случае использования материалов Интернет необходимо указывать электронные сайты.

В тексте реферата в случае использования цитат необходимо делать сноски с указанием библиографических данных и соответствующей страницы. Титульный лист оформляется в соответствии с образцами, предоставляемыми кафедрой.

3. Дискуссия (в режиме онлайн).

Дискуссия является одной из важнейших форм образовательной деятельности, стимулирующей инициативность учащихся, развитие рефлексивного мышления. В основе дискуссии – метод обсуждения и разрешения спорных вопросов. В отличие от обсуждения как обмена мнениями, дискуссией называют обсуждение-спор, столкновение точек зрения, позиций и т.д. Дискуссия – равноправное обсуждение обучающимися (под руководством и с учетом планирования преподавателем) вопросов, на которых нет единого ответа в ходе освоения материала изучаемой дисциплины. Результатом дискуссии может быть общее соглашение, лучшее понимание, новый взгляд на проблему, совместное решение. В онлайн режиме обучающимся предлагается обсудить заявленную тему, найти способы профессионального поведения в той или иной ситуации. Преподаватель выполняет функции ведущего дискуссии. Он оценивает: активность каждого участника; степень владения знаниями каждого участника; оригинальность предлагаемых идей, решений.

## **6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств – комплект методических материалов, нормирующих процедуры оценивания результатов обучения, т.е. установления соответствия учебных достижений запланированным результатам обучения и требованиям образовательных программ, рабочих программ дисциплин (модулей).

ФОС как система оценивания состоит из трех частей:

1. Структурированного перечня объектов оценивания (структурной матрицы формирования и оценивания результатов обучения ОПВО, дисциплины);
  2. Базы учебных заданий;
  3. Методического оснащения оценочных процедур.
- ФОС оформлен как Приложение к рабочей программе дисциплины.

### ***Вопросы для подготовки к экзамену:***

1. Что такое международные экономические отношения?
2. Какие факторы обеспечивают международную маркетинговую деятельность?
3. Каковы цели международного маркетинга?
4. Назовите формы международной кооперации производства.
5. Каковы основополагающие концепции международного маркетинга?
6. Какие виды маркетинга характерны для развития международных экономических связей?
7. Каковы основные предпосылки возникновения международного маркетинга?
8. Какие формы внешнеэкономической деятельности вам известны?
9. В чем заключается сущность международных маркетинговых исследований?

10. Каковы цели и задачи международных маркетинговых исследований?
11. Изложите исторические этапы развития международных маркетинговых исследований.
12. Осветите этапы процесса маркетинговых исследований.
13. Объясните принципы комплексного исследования зарубежного рынка.
14. Проведите смысловое разграничение понятий «кабинетное исследование» и «полевое исследование».
15. Дайте методы оценки зарубежного рынка, выделите специфические особенности.
16. Проведите сравнительную характеристику методов исследования.
17. Каковы основные характеристики экспортного товара?
18. Носителем каких значений является торговая марка в международном маркетинге?
19. Какие функции выполняет упаковка экспортируемой продукции?
20. Какие требования предъявляются к упаковке экспортной продукции в странах ЕС?
21. Назовите основные требования к качеству информации на упаковке для экспорта продуктов питания.
22. Назовите основные стадии международного жизненного цикла инновативного продукта.
23. В чем состоят отличия «постадийного» и «синхронного» выхода товара на внешние рынки?
24. Проведите различие между жизненным циклом пионерного и стандартного продукта.
25. Какие виды цен используются в международной торговле?
26. Назовите особенности ценообразования на зарубежных рынках.
27. Назовите основные ценовые стратегии на внешних рынках.
28. Как различаются ценовые стратегии «старожилов» и «новичков» зарубежных рынков?
29. Назовите основные этапы методики расчета экспортной цены?
30. Какие виды скидок, используемых во внешней торговле, вам известны?
31. Что такое демпинг?
32. Дайте определение международной рекламы
33. Чем отличается sales promotion-акция компании-импортера от рекламы на зарубежном рынке?
34. Расскажите о важнейших средствах международной рекламы.
35. Какие каналы распределения в международном маркетинге вам известны
36. Перечислите виды и функции торговых посредников, к услугам которых прибегают международные компании

**Формы самостоятельной работы по темам дисциплины:**

1. Работа с учебной и справочной литературой.
2. Поиск информации в Интернете по заданной теме.
3. Изучение нормативно-правовых актов по изучаемой теме.
4. Подготовка доклада к обсуждению на семинарском занятии по рекомендованным источникам.

**7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

**а) основная учебная литература:**

1. 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, 2022. — 398 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02455-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/489324>

2. Диденко, Н. И. Международный маркетинг : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 409 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05071-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/488897>

3. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Основы теории : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 153 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9799-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/490971>

4. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 406 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9796-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/490972>

5. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 362 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01169-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/498852>

**б) дополнительная литература**

6. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 338 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00581-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/489286>

7. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05818-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/488718>

8. Баумгартен, Л. В. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 338 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10548-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/495455>

9. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Из-

дательство Юрайт, 2022. — 212 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15696-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/509455>

10. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 374 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05049-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/492893>

11. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 219 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05052-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/493323>

12. Транснациональные корпорации в международных экономических отношениях : учебное пособие для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк, Н. А. Коначина, К. Н. Киккас. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 271 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14159-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/496819>

13. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/496454>

14. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/496326>

## **8. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. <http://www.iprbookshop.ru/52058> – электронная библиотечная система «IPRbooks», доступ в on-line режим к большому числу наименований монографий, учебников, справочников, научных журналов, диссертаций и научных статей в различных областях знаний. Фонд ЭБС постоянно пополняется электронными версиями изданий российских издательств, а также произведениями отдельных авторов. 121590 – Общее количество публикаций, 367 – Журналов ВАК, 681 – Всего журналов, 24185 – Учебных изданий (ФГОС ВО), 7849 – Научных изданий, 2085 – Аудиоизданий.

2. <https://urait.ru/> – электронная библиотечная система «Юрайт», доступ в on-line режим к большому числу наименований монографий, учебников, справочников, научных журналов, диссертаций и научных статей в различных областях знаний. Фонд ЭБС постоянно пополняется электронными версиями изданий российских издательств, а также произведениями отдельных авторов. Фонд электронной библиотеки составляет более 6000 учебников и учебных пособий.

3. [www.e-executive.ru](http://www.e-executive.ru) – обучающееся сообщество менеджеров. К участию в проекте привлечены лучшие отечественные и зарубежные компании и организации, признанные во всем мире эксперты, аналитики и консультанты. Информационные ресурсы сайта представляют стратегиче-

скую информацию для менеджеров-профессионалов.

4. <http://www.aup.ru> – бизнес-портал предназначен для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий. Основой портала является электронная библиотека деловой литературы и документов, а также бизнес-форум по различным аспектам теории и практики организации, планирования и управления деятельностью предприятий.

5. <http://ecsocman.hse.ru> – Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» – это система тематических профессиональных сайтов, выполненных по сходному замыслу и работающих в единых стандартах обмена информацией.

6. <http://window.edu.ru> – бесплатная электронная библиотека «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» объединяет в единое информационное пространство электронные ресурсы свободного доступа для всех уровней образования в России. В разделе «Библиотека» представлено более 28 000 учебно-методических материалов.

7. <http://www.mevriz.ru/> – журнал «Менеджмент в России и за рубежом». Содержит материалы по теории, организации и экономике менеджмента, управлению персоналом, финансовому и отраслевому менеджменту, управлению международным бизнесом, управленческому консалтингу, новым технологиям менеджмента.

8. <http://www.reputationinstitute.com/> – Институт изучения репутации (ReputationInstitute), США.

9. <http://www.rjm.ru/> – научный журнал в области управления «Российский журнал менеджмента».

10. <http://www.garant.ru/> – Справочная правовая система «Гарант».

11. Подборка публикаций по экономике и финансам (статьи, рефераты, конспекты, переводы, тексты книг) – <http://www.finansy.ru>.

12. Официальный сайт Банка России (аналитические материалы) – <http://www.cbr.ru>.

13. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. – <http://www.gks.ru>.

## **9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Информационные технологии охватывают все ресурсы, необходимые для управления информацией, особенно компьютеры, программное обеспечение и сети, необходимые для создания, хранения, управления, передачи и поиска информации. Информационные технологии, используемые в учебном процессе: компьютерные сети, терминалы (компьютер, сотовые телефоны, телевизор), услуги (электронная почта, поисковые системы).

Реализация учебной дисциплины требует наличия компьютерного класса со следующим обеспечением:

- из расчёта 1 помещение на 1 (одну) группу обучаемых и 1 (один) преподаватель предоставляется помещение с рабочими местами, с компьютерами (Автоматизированные Рабочие Места, АРМ), объединёнными в локальную сеть (ЛВС);

- преподавателю предоставляется учётная запись с правами локального и сетевого администратора на всех АРМ;

- характеристики АРМ: ОС не ниже Windows XP SP3, IE 6.0; аппаратное обеспечение: не ниже IntelPentium III 1000 МГц, 512 Мб RAM, 80 Гб HDD, SVGA (1024x768x32), 100 Мбит EthernetAdapter;

- характеристики сети: 100 Мбит FastEthernet, наличие доступа в Интернет;

- проектор с возможностью подключения к разъёму D-Sub и, желательно, DVI или возможность подключения Flash-накопителя;

- проекционный экран с белым проекционным полотном без крупных физических дефектов;

- ЛВС должна иметь высокоскоростное подключение к сети Internet.

## **10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Лекционные аудитории, аудитории для проведения практических занятий, оснащенные средствами для мультимедийных презентаций, цифровой аудио- и видео- фиксации, и воспроизведения информации, компьютерной техникой с лицензированным программным обеспечением, пакетами правовых и других прикладных программ по тематике дисциплины.

При проведении практических и лекционных занятий, а также при выполнении самостоятельной работы используются такие программные продукты, как Word, Excel, PowerPoint, InternetExplorer.

Для более углубленного изучения дисциплины и рассмотрения ее практических аспектов предусмотрено использование систем СПС «Гарант» и СПС «Консультант Плюс», что дает возможность своевременно отслеживать изменения в нормативно-правовой базе, регламентирующей коммерческую деятельность организаций.

Реализация программы учебной дисциплины требует наличие учебного кабинета (аудитории). Оборудование учебного кабинета (аудитории) предполагает комплект специализированной мебели для:

- организации рабочего места преподавателя;
- организации рабочих мест обучающихся;
- рационального размещения и хранения средств обучения;
- организации использования аппаратуры.

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

- библиотечный фонд ЧУ ВО «ИГА»;
- компьютерный класс с выходом в Интернет;
- мультимедийное оборудование для чтения лекций-презентаций.

При изучении дисциплины используются аудитории, оборудованные



мультимедийными средствами обучения: проектором, ноутбуком, интерактивной доской. Использование интернет-ресурсов предполагает проведение занятий в компьютерных классах с выходом в Интернет. В компьютерных классах обучающиеся имеют доступ к информационным ресурсам, к базе данных библиотеки. Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья необходимы специальные условия для получения образования.

В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Институтом обеспечивается:

1. Наличие альтернативной версии официального сайта Института в сети «Интернет» для слабовидящих.

2. Присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь.

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху – дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации.

4. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия, обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекты питания, туалетные и другие помещения Института, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений).

## **11. Программное обеспечение (комплект лицензионного программного обеспечения)**

Для повышения качества подготовки и оценки полученных знаний часть практических занятий планируется проводить в компьютерном классе с использованием компонентов Microsoft Office 2007, 2008, 2010: Word, Excel, Access, PowerPoint, Visio, 1С: Предприятие.