

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет
Дата подписания: 04.02.2025 09:46:47
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e566ab07f01e1ba2172f735a12



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный аграрный
университет
имени Н. И. Вавилова»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

/Воротников И.Л./

« 20 » 05 20 24 г.

УТВЕРЖДАЮ

И.о.декана факультета

/Дудникова Е.Б./

« 21 » 05 20 24 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина	МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ В АПК
Направление подготовки	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	Маркетинг и рыночная аналитика в АПК
Квалификация выпускника	бакалавр
Нормативный срок обучения	4 года
Форма обучения	Очно-заочная

Разработчик: доцент, Пшенцова А.И.

(подпись)

Саратов 2021

1. Цель освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Международный маркетинг в АПК» является формирование у обучающихся навыков, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности на внешних рынках.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело дисциплина «Международный маркетинг в АПК» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами, практиками: маркетинг, мировая экономика и международные экономические отношения.

Дисциплина «Международный маркетинг в АПК» является базовой для изучения следующих дисциплин: международная торговля.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы достижения компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1	2	3	4	5	6	7
1	ПК-1	Способен анализировать показатели конкурентоспособности предприятий АПК и привлекательность их потенциальных рынков сбыта, количественные и качественные	ПК - 1.7. Анализирует внешнюю и внутреннюю среду организации, выявляет ее ключевые элементы и их влияние на организацию, оценивает	инструментарий международного маркетинга; основные направления и принципы исследования международных рынков; основные источники и методы сбора информации о международных рынках; стратегии, условия и риски	оценивать конкурентоспособность предлагаемого товара; организовать процесс маркетинговых исследований на международных рынках; оценивать возможные риски при выходе на международны	навыками объективной оценки возможностей и организовывать и планировать закупку и продажу товаров в деятельности и предприятия АПК; навыками сбора и

	<p><i>требования к производственным ресурсам, оценивать рациональность их использования, моделировать производственно-экономические и бизнес-процессы для оценки эффективности деятельности предприятия АПК</i></p>	<p><i>результаты коммерческой деятельности предприятия во внешнеэкономической сфере; владеет навыками ведения переговоров при заключении внешнеэкономической сделки</i></p>	<p>выхода на международный рынок; стратегии адаптации товара и его продвижения на зарубежном рынке</p>	<p>рынок; выбирать оптимальную стратегию при выходе на международный рынок; анализировать компоненты маркетинговой среды различных стран и их влияние на потребительское поведение, и покупательский спрос</p>	<p>анализа маркетинговой информации о зарубежных фирмах, мировых и региональных рынках; навыками разработки стратегии предприятия АПК при выходе на международный рынок</p>
--	---	---	--	--	---

4. Объём, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Таблица 2

Объем дисциплины

	Всего	Количество часов***									
		в т.ч. по семестрам									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Контактная работа – всего, в т.ч.	72,2					72,2					
<i>аудиторная работа:</i>	72					72					
лекции	36					36					
лабораторные	-					-					
практические	36					36					
<i>промежуточная аттестация</i>	0,2					0,2					
<i>контроль</i>	17,8					17,8					
Самостоятельная работа	54					54					
Форма итогового контроля	Э					Э					
Курсовой проект (работа)	-					-					

Таблица 3

Структура и содержание дисциплины «Международный маркетинг в АПК»

№ п/п	Тема занятия. Содержание	Неделя семестра	Контактная работа			Самостоятельная работа	Контроль знаний	
			Вид занятия	Форма проведения	Количество часов		Количество часов	Вид
1	2	3	4	5	6	7	8	9
5 семестр								
1.	Международный маркетинг: общий обзор Международный маркетинг: содержание, понятия и сущность. Внутренний и международный маркетинг: общие черты и отличия.	1	Л	В	2	-	-	-
2.	Международный маркетинг: общий обзор Интернационализация мирового хозяйства и новые приоритеты международного маркетинга	1	ПЗ	Т	2	2	ВК	УО, КР
3.	Международный маркетинг: общий обзор Интернационализация мирового хозяйства и новые приоритеты международного маркетинга	2	Л	В	2	-	ТК	УО
4	Маркетинг в деятельности международных предприятий в АПК Международные предприятия. Организация маркетинговой деятельности в международной фирме. Технология маркетинговой деятельности в международных предприятиях в АПК	2	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО, Т
5.	Среда международного маркетинга в АПК Международная экономическая среда. Социально-культурная среда международного маркетинга.	3	Л	В	2	-	ТК	УО
6	Среда международного маркетинга Международная политико-правовая среда.	3	ПЗ	МК	2	2	ТК	УО, К
7.	Среда международного маркетинга в АПК Международная политико-правовая среда.	4	Л	В	2	-	ТК	УО
8	Маркетинг – микс в окружающей среде международного бизнеса Окружающая маркетинговая среда и ее влияние на маркетинг фирмы. Конкурентоспособность товара и фирмы. Концепция конкурентного преимущества страны на мировом рынке	4	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО, КР
9.	Сегментация мирового рынка Цели и условия эффективной международной сегментации.	5	Л	Т	2	-	ТК	УО
10.	Сущность сегментации международного	5	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО

	агрорынка, методы сегментации, показатели, критерии, признаки сегментации.							
11.	Сегментация мирового рынка Факторы сегментации мирового рынка. Подходы к международной сегментации.	6	Л	Т	2	-	ТК	УО
12.	Информационное обеспечение сегментации международного рынка	6	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО
13.	Международные маркетинговые исследования Особенности и цели международных маркетинговых исследований.	7	Л	В	2	-	ТК	УО
14.	Международные маркетинговые исследования в сети Интернет	7	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
15.	Международные маркетинговые исследования Типология международных исследований рынка. Стадии процесса международного маркетингового исследования.	8	Л	В	2	-	ТК	УО
16.	Международные маркетинговые исследования Использование штриховых товарных кодов в международном маркетинге	8	ПЗ	Т	2	4	РК	УО, Т
17.	Выбор рынка и стратегии выхода на внешний рынок. Подход к выбору зарубежного рынка. Анализ внешних рынков.	9	Л	В	2	-	ТК	УО
18.	Оценка и выбор внешних рынков	9	ПЗ	Т	2	4	ТК, ТР	УО, П
19.	Выбор рынка и стратегии выхода на внешний рынок. Стратегии выхода на зарубежные рынки	10	Л	В	2	-	ТК	УО
20.	Способы присутствия на внешних рынках	10	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО, КР
21.	Товарная политика на мировых рынках Стандартизация международного комплекса маркетинга.	11	Л	В	2	-	ТК	УО
22.	Упаковка, маркировка и торговая марка товаров в международном маркетинге	11	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО, Т
23.	Товарная политика на мировых рынках Международная товарная политика. Международная товарная стратегия	12	Л	В	2	-	ТК	УО
24.	Сервисная политика в международном маркетинге	12	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
25.	Международная политика ценообразования Систематизация видов мировых цен. Принципы определения внешнеторговых цен.	13	Л	В	2	-	ТК	УО
26.	Международные маркетинговые коммуникации Политика рекламы на мировых рынках. Прямые методы международных маркетинговых коммуникаций	13	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
27.	Международная политика ценообразования	14	Л	В	2	-	ТК	УО

	Ценовая стратегия, соответствующая рынку								
28	Международные маркетинговые коммуникации Коммуникативный комплекс по продвижению товара при экспорте	14	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО, КР	
29	Международные каналы распределения продукции Каналы распределения на мировых рынках.	15	Л	Т	2	-	ТК	УО	
30	Стратегия развития экспорта продукции АПК	15	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО	
31	Международные каналы распределения продукции Организация товародвижения компанией, выступающей на внешних рынках	16	Л	Т	2	-	ТК	УО	
32	Практика международного маркетинга в АПК в отдельных странах и регионах мира	16	ПЗ	Т	2	4	ТР	УО, Д	
33	Экспортный потенциал АПК России	17	Л	Т	2	-	ТК	УО	
34	Практика международного маркетинга в АПК в отдельных странах и регионах мира	17	ПЗ	КС	2	2	ТР	УО, Д	
35	Экспортный потенциал АПК России	18	Л	Т	2	-	ТК	УО	
36	Практика международного маркетинга в АПК в отдельных странах и регионах мира	18	ПЗ	Т	2	4	РК	УО	
	Выходной контроль				0,2	17,8	ВыхК	Э	
Итого:					72,2	71,8			

Примечание:

Условные обозначения:

Виды аудиторной работы: Л – лекция, ПЗ – практическое занятие.

Формы проведения занятий: В – лекция-визуализация, МК – метод кейса, Т – лекция/занятие, проводимое в традиционной форме.

Виды контроля: ВК – входной контроль, ТК – текущий контроль, РК – рубежный контроль, ТР – творческая работа, ВыхК – выходной контроль.

Форма контроля: УО – устный опрос, КР – контрольная работа, К – кейс, Т – тестирование, КЛ – конспект лекции, Д - доклад, П – презентация, Э - экзамен

5. Образовательные технологии

Организация занятий по дисциплине «Международный маркетинг в АПК» проводится по видам учебной работы: лекции, практические занятия, текущий контроль.

Реализация компетентного подхода в рамках направления подготовки 38.03.06 Торговое дело предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации. Основные моменты лекционных занятий конспектируются. Отдельные темы

предлагаются для самостоятельного изучения с обязательным составлением конспекта (контролируется).

Целью практических занятий является выработка практических навыков проведения исследования тенденций развития мировой экономики и особенностей изменения форм международных экономических отношений; применение методов анализа основных экономических показателей международной торговли.

Для достижения этих целей используются как традиционные формы работы – решение задач, тестовых заданий и т.п., так и интерактивные методы – решение кейсов.

Решение задач позволяет обучиться формировать у обучающихся определенные виды деятельности, связанные с применением знаний в конкретных ситуациях; систематизировать и закрепить теоретические знания обучающихся; проверить степень усвоения одной темы или вопроса.

В процессе решения задач обучающийся сталкивается с ситуацией вызова и достижения, данный методический прием способствует в определенной мере повышению у обучающихся мотивации как непосредственно к учебе, так и к деятельности вообще.

Метод кейса в наибольшей степени соответствует задачам высшего образования. Этот метод способствует развитию у обучающихся изобретательности, умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации.

Групповая работа при анализе конкретной ситуации развивают способности проведения анализа и диагностики проблем. С помощью метода кейса у обучающихся развиваются такие квалификационные качества, как умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение коммуницировать, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, поступающую в вербальной форме. Практические занятия проводятся в специальных аудиториях, оборудованных необходимыми наглядными материалами.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих решение задач, анализ конкретных ситуаций и подготовку их презентаций, и т.п.

Самостоятельная работа осуществляется в индивидуальном и групповом формате. Самостоятельная работа выполняется обучающимися на основе учебно-методических материалов дисциплины (приложение 2). Самостоятельно изучаемые вопросы курса включаются в вопросы к экзамену.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература (библиотека СГАУ)

№	Наименование, ссылка для электронного	Автор(ы)	Место	Используется
---	---------------------------------------	----------	-------	--------------

п/п	доступа или количество экземпляров в библиотеке		издания, издательство, год	при изучении разделов (из п.4, таб.3)
1	2	3	4	5
1	Международный маркетинг URL: https://znanium.com/catalog/product/450766	Моргун в, В. И., Моргун ов С.В.	- 2-е изд. - Москва :Дашков и К, 2017. - 184 с.: ISBN 978-5-394-02720-8.	Все разделы
2	Практикум по международному маркетингу URL: https://znanium.com/catalog/product/1032447	Беленов, О.Н.	3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2017. — 222 с. - ISBN 978-5-9765-0107-2.	Все разделы
3	Международный маркетинг URL: https://znanium.com/catalog/product/1036438	А.К. Кайдашова	2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2015. - 135 с. - ISBN 978-5-9765-2428-6	

б) дополнительная литература

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или количество экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п.4, таб.3)
1	2	3	4	5
1	Международный маркетинг: URL: https://znanium.com/catalog/product/235089	Н.А. Нагапетьянц, О.Н. Романенкова, Н.Г. Каменева, С.В. Земляк; Под ред. проф. Н.А. Нагапетьянца	Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. - 292 с.	Все разделы
2	Международный маркетинг и бизнес URL: https://znanium.com/catalog/product/390294	Моисеев а, Н. К.	Москва : КУРС: НИЦ Инфра-М,	Все разделы

			2013. - 272 с. ISBN 978-5- 905554-30-8.	
--	--	--	---	--

в) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Для освоения дисциплины рекомендуются следующие сайты информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Министерство экономического развития Российской Федерации. – Режим доступа: [http:// www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)
2. Официальный сайт Всемирного банка <http://www.worldbank.org>
3. Официальный сайт Международного валютного фонда [http://www.imf.org/external/ index.htm](http://www.imf.org/external/index.htm)
4. Официальный сайт Министерства финансов РФ <http://www.minfin.ru>
5. Официальный сайт Счетной палаты РФ [http:// www.ach.gov.ru](http://www.ach.gov.ru)
6. Официальный сайт Центрального Банка РФ <http://www.cbr.ru>
7. Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

г) периодические издания

1. Международная экономика
2. Менеджмент в России и за рубежом
3. Российский экономический журнал
4. Экономист
5. Справочник экономиста

д) информационные справочные системы и профессиональные базы данных

1. Поисковые системы Rambler, Yandex, Google;
2. Электронная библиотека СГАУ - <http://library.sgau.ru>
3. Электронная библиотека Гумер - <http://www.gumer.info>
4. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки (РГБ) - <http://www.rsl.ru/ru/s2/s101>
5. Публичная Электронная Библиотека - <http://lib.walla.ru>
6. База данных «Статистика стран СНГ». – Режим доступа: cisstat.com/0base/db-rus.htm

е) информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса:

К информационным технологиям, используемым при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, относятся:

– персональные компьютеры, посредством которых осуществляется доступ к информационным ресурсам и оформляются результаты самостоятельной работы;

– проекторы и экраны для демонстрации слайдов мультимедийных лекций;

– активное использование средств коммуникаций (электронная почта, тематические сообщества в социальных сетях и т.п.).

• программное обеспечение:

Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип программы (расчетная, обучающая, контролирующая, вспомогательная)
1	2	3
Все темы дисциплины	Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов Сублицензионный договор №201201/КЛ/Л/44-208 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем по адресу: г. Саратов, ул. Советская, 60 от 01.12.2020 г.	вспомогательная
Все темы дисциплины	Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов. Сублицензионный договор № 6-219/2020/223-1370 от 01.12.2020 г.	вспомогательная

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения занятий лекционного и семинарского типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации необходимы аудитории с меловыми или маркерными досками, достаточным количеством посадочных мест и освещенностью. Для использования медиаресурсов необходимы проектор, экран, компьютер или ноутбук, по возможности – частичное затемнение дневного света.

Для проведения лекционных, практических занятий и контроля самостоятельной работы по дисциплине «Международный маркетинг в АПК» кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» имеются аудитории № 422, 255, 410.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал библиотеки УК №1) оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

8. Оценочные материалы

Оценочные материалы, сформированные для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Международный маркетинг в АПК» разработан на основании следующих документов:

- Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);

- приказа Минобрнауки РФ от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

Оценочные материалы представлены в приложении 1 к рабочей программе дисциплины и включают в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- 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, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы представлен в приложении 2 к рабочей программе по дисциплине «Международный маркетинг в АПК».

10. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины «Международный маркетинг в АПК»

Методические указания по изучению дисциплины «Международный маркетинг в АПК» включают в себя:

1. Краткий курс лекций

*Рассмотрено и утверждено на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК»
«20» мая 2021 года (протокол № 10).*