

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный технический университет
им. Р.Е. Алексеева» (НГТУ)

Институт экономики и управления (ИНЭУ)

(Полное и сокращенное название института, реализующего данное направление)

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института:

С.Н. Митяков

подпись

ФИО

“20” июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.1 Маркетинг в сфере международного предпринимательства

(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)

для подготовки бакалавров

Направление подготовки: 27.03.05. Инноватика

Направленность: Технологии международного предпринимательства

Форма обучения: очная

Год начала подготовки 2023

Выпускающая кафедра ЦЭ

Кафедра-разработчик ЦЭ

Объем дисциплины 180/5
часов/з.е

Промежуточная аттестация экзамен

Разработчик: Незнахина Е.Л., к.э.н., доцент, доцент

НИЖНИЙ НОВГОРОД, 2023 год

Рабочая программа дисциплины: разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки 27.03.05. Инноватика, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 31 июля 2020 года № 870 на основании учебного плана принятого УМС НГТУ

протокол от 18.05.2023 № 21

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры протокол от 20.06.23 № 4

Зав. кафедрой д.ф-м.н, профессор _____ С.Н. Митяков
(подпись)

Программа рекомендована к утверждению ученым советом института ИНЭУ, Протокол от 20.06.2023 № 5.

Рабочая программа зарегистрирована в УМУ регистрационный № 27.03.05 – м - 40

Начальник МО _____

Заведующая отделом комплектования НТБ _____ Н.И. Кабанина
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

<u>4</u>	Цели и задачи освоения дисциплины	4
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3.	Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) 4	
4.	Структура и содержание дисциплины.....	7
5.	Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины.	11
6.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	14
7.	Информационное обеспечение дисциплины	16
8.	Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с овз.....	15
9.	Материально-техническое обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	18
10.	Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины.....	16
11.	Оценочные средства для контроля освоения дисциплины	17

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является изучение основных теоретических вопросов осуществления маркетинга в сфере международного предпринимательства и приобретение навыков его реализации.

Задачи освоения дисциплины (модуля):

- Организация рекламы продукции организации для распространения на внешних рынках
- Поиск и анализ информации о потенциальных партнерах на внешних рынках

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина Б1.В.ОД.11 «Маркетинг в сфере международного предпринимательства» включена в обязательный перечень дисциплин вариативной части образовательной программы. Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП, по направлению подготовки 27.03.05. Инноватика.

Дисциплина базируется на следующих дисциплинах: теория инноваций, международные аспекты инновационной деятельности, основы международного предпринимательства, организация производства, промышленные технологии и инновации, реинжиниринг бизнес-процессов, свободные экономические зоны, международные стандарты финансовой отчетности, искусство бизнес-презентации.

Дисциплина «Маркетинг в сфере международного предпринимательства» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: международная конкуренция, электронный документооборот, преддипломная практика, выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в сфере международного предпринимательства» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3.КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Таблица 1 – Формирование компетенций по дисциплинам
(очная форма обучения)

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры, формирования дисциплины Компетенции берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра»							
	1	2	3	4	5	6	7	8
<i>Код компетенции ПК-1</i>								
Теория инноваций	*							
Международные аспекты инновационной деятельности		*						
Основы международного предпринимательства			*					
Организация производства					*			
Промышленные технологии и инновации					*			
Реинжиниринг бизнес-процессов						*		
Маркетинг в сфере международного предпринимательства							*	
Международная конкуренция							*	

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры, формирования дисциплины Компетенции берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра»							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Электронный документооборот							*	
Свободные экономические зоны			*					
Таможенные операции и процедуры			*					
Международные стандарты финансовой отчетности				*	*			
Международные стандарты бухгалтерского учета				*	*			
Искусство бизнес-презентации				*				
Организационно-управленческая практика					*			
Преддипломная практика								*
Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								*

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП

Таблица 2 – Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства		
			Текущего контроля	Промежуточной аттестации	
Освоение дисциплины причастно к ТФ В/01.6 и В/04.6 (ПС 08.039 «Специалист по внешнеэкономической деятельности»), решает задачи: организация рекламы продукции организации для распространения на внешних рынках, поиск и анализ информации о потенциальных партнерах на внешних рынках					
ПК-1 способен систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов	ИПК-1.3 Обобщает информацию по использованию и формированию ресурсов	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы и принципы обобщения информации по использованию и формированию ресурсов маркетинга в сфере международного предпринимательства <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать информацию по использованию и формированию ресурсов маркетинга в сфере международного предпринимательства <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками обобщения информации по использованию и формированию ресурсов маркетинга в сфере международного предпринимательства 		<p>Дискуссия, индивидуальные задания по темам курса, кейсы, тесты</p>	<p>Вопросы для устного собеседования (53 вопроса)</p>

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зач.ед. 180 часов, распределение часов по видам работ семестрам представлено в таблице 3.

Таблица 3

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Для студентов очного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час	
	Всего	В т.ч. по семестрам
	7 семестр	
Формат изучения дисциплины		с использованием элементов электронного обучения
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	180	180
1. Контактная работа:	74	74
1.1. Аудиторная работа, в том числе:	68	68
занятия лекционного типа (Л)	34	34
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практика, занятия и др.)	34	34
лабораторные работы (ЛР)		
1.2. Внеаудиторная, в том числе	6	6
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	6	6
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
2. Самостоятельная работа (СРС)	79	79
реферат/эссе (подготовка)		
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)		
контрольная работа		
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)		
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	79	79
Подготовка к экзамену (контроль)	27	27

5.2 Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов очного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа студентов (час)								
7 семестр													
ПК-1	Раздел 1. Основы маркетинга. Организация и управление маркетингом на предприятии												
	Тема 1.1. Основные понятия, принципы и функции маркетинга	2		2	5	Подготовка к лекциям [7.1.1], практическим занятиям и самостоятельной работе [7.1.3]	Индивидуальные задания по темам курса, тест						
	Тема 1.2. Маркетинговая информация и исследования, маркетинговая среда и ее структура	2		2	5	Подготовка к лекциям [7.1.1], практическим занятиям и самостоятельной работе [7.1.3]	Индивидуальные задания по темам курса, тест						
	Тема 1.3. Организационные структуры управления маркетингом на предприятии. Процессы управления, планирования, контроля и финансирования маркетинга на предприятии	4		2	9	Подготовка к лекциям [7.1.1], практическим занятиям и самостоятельной работе [7.1.3]	Индивидуальные задания по темам курса, тест						
	Итого по 1 разделу	8		6	19								
ПК-1	Раздел 2. Комплекс маркетинга												
	Тема 2.1. Товар в системе маркетингового комплекса	2		2	5	Подготовка к лекциям [7.1.1], практическим занятиям и самостоятельной работе [7.1.3]	Индивидуальные задания по темам курса, тест	1					

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа студентов (час)				
	Тема 2.2. Цены и ценообразование в маркетинге	2		2	5	Подготовка к лекциям [7.1.1], практическим занятиям и самостоятельной работе [7.1.3]	Индивидуальные задания по темам курса, тест	1	
	Тема 2.3. Распространение товаров. Сбыт в системе маркетинга	2		2	5	Подготовка к лекциям [7.1.1], практическим занятиям и самостоятельной работе [7.1.3]	Индивидуальные задания по темам курса, тест		
	Тема 2.4. Маркетинговые коммуникации	2		2	5	Подготовка к лекциям [7.1.1], практическим занятиям и самостоятельной работе [7.1.3]	Индивидуальные задания по темам курса, тест		
	Итого по 2 разделу	8		8	20			2	
ПК-1	Раздел 3. Международный маркетинг								
	Тема 3.1. Теоретические основы международного маркетинга	2		2	5	Подготовка к лекциям [7.1.2], практическим занятиям и самостоятельной работе [7.1.2]	Дискуссия, кейс		
	Тема 3.2. Международная маркетинговая среда	2		2	5	Подготовка к лекциям [7.1.2], практическим занятиям и самостоятельной работе [7.1.2]	Дискуссия, кейс		
	Тема 3.3. Стратегии проникновения на зарубежный рынок	2		2	6	Подготовка к лекциям [7.1.2], практическим занятиям и самостоятельной работе [7.1.2]	Дискуссия, кейс		
	Тема 3.4. Товар и товарная политика в международном маркетинге	2		2	6	Подготовка к лекциям [7.1.2], практическим занятиям и самостоятельной работе [7.1.2]	Дискуссия, кейс		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа студентов (час)				
	Тема 3.5. Международная ценовая политика	2		2	6	Подготовка к лекциям [7.1.2], практическим занятиям и самостоятельной работе [7.1.2]	Кейс		
	Тема 3.6. Сбытовая политика в международном маркетинге	4		4	6	Подготовка к лекциям [7.1.2], практическим занятиям и самостоятельной работе [7.1.2]	Кейс		
	Тема 3.7. Коммуникационная политика в международном маркетинге	4		4	6	Подготовка к лекциям [7.1.2], практическим занятиям и самостоятельной работе [7.1.2]	Кейс Тест по разделу 3		
	Итого по 3 разделу	16		14	40				
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	34		32	79			2	
	ИТОГО по дисциплине	34		32	79			2	

6 ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

6.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

Типовые задания для текущего контроля усвоения знаний, умений и навыков представлены в оценочных материалах по дисциплине «Маркетинг в сфере международного предпринимательства», которые хранятся на кафедре «Цифровая экономика».

Раз-дел	Вид текущего контроля	Оценочные материалы
Раз-дел 1	Индивидуальные задания по темам курса	Новикова Е.Н., Мартынова О.В., Антонченко Н.Г. Маркетинг: конспект лекций – Казань, 2014. – 100 с. - <u>URL</u> : https://kpfu.ru/portal/docs/F2110950351/Marketing.pdf (дата обращения: 01.06.2021).
	Тест	4 теста
Раз-дел 2	Индивидуальные задания по темам курса	Новикова Е.Н., Мартынова О.В., Антонченко Н.Г. Маркетинг: конспект лекций – Казань, 2014. – 100 с. - <u>URL</u> : https://kpfu.ru/portal/docs/F2110950351/Marketing.pdf (дата обращения: 01.06.2021).
	Тест	4 теста
Раз-дел 3	Дискуссия	Агабабаев, М. С. А23 Международный менеджмент [Текст] : учеб. пособие / М. С. Агабабаев, З. В. Нестерова, Е. А. Жадько ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. — Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2018. — 118 с. . — <u>URL</u> : http://meu.usue.ru/images/Файлы/Международный%20маркетинг.pdf (дата обращения: 01.06.2021).
	Кейс	Агабабаев, М. С. А23 Международный менеджмент [Текст] : учеб. пособие / М. С. Агабабаев, З. В. Нестерова, Е. А. Жадько ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. — Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2018. — 118 с. . — <u>URL</u> : http://meu.usue.ru/images/Файлы/Международный%20маркетинг.pdf (дата обращения: 01.06.2021).
	Тест по разделу 3	1 вариант

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Таблица 5 При текущем контроле (контрольные недели) и оценка выполнения практических работ

Шкала оценивания	Экзамен/ Зачет с оценкой	Зачет
40<R<=50	Отлично	зачет
30<R<=40	Хорошо	
20<R<=30	Удовлетворительно	
0<R<=20	Неудовлетворительно	

При промежуточном контроле успеваемость студентов оценивается по системе «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»..

Таблица 6 – Критерии оценивания результата обучения по дисциплине и шкала оценивания

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения			
		Оценка «неудовлетворительно» / «не зачтено» 0-59% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено» 60-74% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка «хорошо» / «зачтено» 75-89% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка «отлично» / «зачтено» 90-100% от max рейтинговой оценки контроля
ПК-1 способен систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов	ИПК-1.3 Обобщает информацию по использованию и формированию ресурсов	Не способен грамотно и логически верно излагать и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании

Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично) – «зачет»	оценку « отлично » заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо) – «зачет»	оценку « хорошо » заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно) – «зачет»	оценку « удовлетворительно » заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно) – «незачет»	оценку « неудовлетворительно » заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

7.1.2 Агабаев, М. С. А23 Международный менеджмент [Текст] : учеб. пособие / М. С. Агабаев, З. В. Нестерова, Е. А. Жадько ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. — Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2018. — 118 с. . — URL: <http://meu.usue.ru/images/Файлы/Международный%20маркетинг.pdf> (дата обращения: 01.06.2021).

7.1.3 Новикова Е.Н., Мартынова О.В., Антонченко Н.Г. Маркетинг: конспект лекций – Казань, 2014. – 100 с. - URL: <https://kpfu.ru/portal/docs/F2110950351/Marketing.pdf> (дата обращения: 01.06.2021).

7.1.4 Основы предпринимательства. Сборник кейсов : учебно-методическое пособие для отделения «Менеджмент» / под ред. д.э.н., проф. Н. П. Иващенко — М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2018. — 144 с. - URL: <https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=50981&p=attachment> (дата обращения: 01.06.2021).

7.1.5 Беляевский И.К. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ: Учебное пособие, руководство по изучению дисциплины, практикум по курсу, учебная программа / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. — М. 2004, — 414 с. - URL: <http://htbiblio.yolasite.com/resources/Беляевский.pdf> (дата обращения: 01.06.2021).

7.1.6 Атрушевич Е.Б. Практикум по маркетингу: учебное пособие / ВШТЭ СПбГУПТД. — СПб., 2017. — 50 с. - URL: http://www.nizrp.narod.ru/metod/kafmarkilog/prakt_po_mark.pdf (дата обращения: 01.06.2021).

7.2 Справочно-библиографическая литература

7.2.1 Табекина О.А. Международный маркетинг в системе корпоративного менеджмента: теория и практика [Электронные текстовые данные] : Учеб.пособие / О.А. Табекина, О.В. Федотова; НГТУ им.Р.Е.Алексеева. - Н.Новгород : [Изд-во НГТУ], 2017. - 115 с.

7.2.2. Карпова С.В. Международная реклама : Учебник и практикум для академического бакалавриата / С.В. Карпова; Финансовый ун-т при Правительстве РФ. - 3-е изд.,перераб.и доп. - М. : Юрайт, 2014. - 474 с.

7.2.3. Зайцева Е.А. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : Учеб.пособие / Е.А. Зайцева, М.В. Прохорова; НГТУ им.Р.Е.Алексеева. - Н.Новгород : [Изд-во НГТУ], 2015. - 99 с.

7.3 Перечень журналов по профилю дисциплины:

7.3.1 Научно-практический журнал «Креативная экономика» Сайт — creativeconomy.ru

7.3.2. Научно-исследовательский журнал «Экономические исследования и разработки». Сайт — edrj.ru/contacts.html

7.3.3. Научный журнал «Молодой ученый». Сайт — moluch.ru.

7.3.4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» . Сайт — <https://cyberleninka.ru>

7.4 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

Оценочные материалы по дисциплине «Маркетинг в сфере международного предпринимательства» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 27.03.05 «Инноватика», всех форм обучения / В.Н. Новикова. – Н. Новгород: НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2021. – 9 с.

8. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный процесс по дисциплине обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав по дисциплине определен в настоящей РПД и подлежит обновлению при необходимости).

8.1 Перечень информационных справочных систем

Для изучения дисциплины при проведении различных видов занятий используются следующие электронные ресурсы:

1. Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

2. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru/> - Загл. с экрана.

3. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/>. – Загл. с экрана.

4. Открытое образование [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://openedu.ru/>. - Загл с экрана.

5. Polpred.com. Обзор СМИ. Полнотекстовая, многоотраслевая база данных (БД) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://polpred.com/>. – Загл. с экрана.
6. Базы данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ РАН) по естественным, точным и техническим наукам Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.viniti.ru>. – Загл. с экрана.
7. Университетская информационная система Россия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru>. – Загл. с экрана.
8. Финансово-экономические показатели Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.mminfin.ru/ru/statistics/> – Загл. с экрана.

Таблица 7. Перечень электронных библиотечных систем

№	Наименование ЭБС	Ссылка, по которой осуществляется доступ к ЭБС
1	2	3
1	Консультант студента	http://www.studentlibrary.ru/
2	Лань	https://e.lanbook.com/
3	Юрайт	https://urait.ru/
4	КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: Справочная правовая система. -	http://www.consultant.ru/

8.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства необходимого для освоения дисциплины

Таблица 8. Программное обеспечение

Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе	Программное обеспечение свободного распространения
Microsoft Windows 7 (подписка MSDN 4689, подписка DreamSparkPremium, договор № Tr113003 от 25.09.14)	Adobe Acrobat Reader (FreeWare) https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html
Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655)	OpenOffice (FreeWare) https://www.openoffice.org/ru/

8.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

В таблице 9 указан перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ (удаленный доступ). Данный перечень подлежит обновлению в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

В данном разделе могут быть приведены ресурсы (ссылки на сайты), на которых можно найти полезную для курса информацию, в т.ч. статистические или справочные данные, учебные материалы, онлайн курсы и т.д.

Таблица 9 - Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№	Наименование профессиональной базы данных, информационно-справочной системы	Доступ к ресурсу (удаленный доступ с указанием ссылки/доступ из локальной сети университета)
1	2	3
1	База данных стандартов и регламентов РОССТАНДАРТ	https://www.gost.ru/portal/gost//home/standarts
2	Электронная база избранных статей по философии	http://www.philosophy.ru/

3	Единый архив экономических и социологических данных	http://sophist.hse.ru/data_access.shtml
4	Базы данных Национального совета по оценочной деятельности	http://www.ncva.ru
5	Справочная правовая система «Консультант-Плюс»	доступ из локальной сети
6	Информационно-справочная система «Тех-эксперт»	доступ из локальной сети

9. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ

В таблице **10** указан перечень образовательных ресурсов, имеющих формы, адаптированные к ограничениям их здоровья, а также сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. При заполнении таблицы может быть использована информация, размещенная в подразделе «**Доступная среда**» специализированного раздела сайта НГТУ «Сведения об образовательной организации» <https://www.nntu.ru/sveden/>

Таблица 10 - Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ

№	Перечень образовательных ресурсов, приспособленных для использования инвалидами и лицами с ОВЗ	Сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования
1	2	3
1	ЭБС «Консультант студента»	озвучка книг и увеличение шрифта
2	ЭБС «Лань»	специальное мобильное приложение - синтезатор речи, который воспроизводит тексты книг и меню навигации
3	ЭБС «Юрайт»	версия для слабовидящих

Адаптированные образовательные программы (АОП) в образовательной организации не реализуются в связи с отсутствием в контингенте обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), желающих обучаться по АОП. Согласно Федеральному Закону об образовании 273-ФЗ от 29.12.2012 г. ст. 79, п.8 "Профессиональное обучение и профессиональное образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляются на основе образовательных программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся". АОП разрабатывается по каждой направленности при наличии заявлений от обучающихся, являющихся инвалидами или лицами с ОВЗ и изъявивших желание об обучении по данному типу образовательных программ.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения занятий по дисциплине, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения

В таблице 11 перечислены:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые должны оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду НГТУ.

Таблица 11 – Оснащенность аудиторий и помещений для самостоятельной работы студентов по дисциплине

№	Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	6421 Мультимедийная аудитория (для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации); г. Нижний Новгород, Казанская ул., 12, корп.6	1. Мультимедийный проектор PortableProjektorMPT840; 2. ПК с выходом на PortableProjektorMPT840, конфигурация которого: MB Asus на чипсете Nvidia/AMDAthlonXII CPU 2.8Ghz/ RAM 4 Ggb/SVGA Graphics +Ge-FORCE Nvidia GT210/HDD 250Ggb,, монитор 19 дюймов 3. Доска меловая; экран 4. Парты – 20шт.; 5. Рабочее место – 30 чел	1. Windows7 32 bit корпоративная);VL 494877S2 2. Adobe Acrobat Reader DC-Russian; 3. Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); 4. Dr.Web Dr.Web (с/н B24I-3JB7-6EP7-BQB4 от 18.05.2020)

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

11.1 Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- разбор конкретных ситуаций.

При преподавании дисциплины «Маркетинг в сфере международного предпринимательства», используются современные образовательные технологии, позволяющие повысить активность студентов при освоении материала курса и предоставить им возможность эффективно реализовать часы самостоятельной работы.

На лекциях, практических занятиях реализуются интерактивные технологии, приветствуются вопросы и обсуждения, используется личностно-ориентированный подход, технология работы в малых группах, что позволяет студентам проявить себя, получить навыки самостоятельного изучения материала, выровнять уровень знаний в группе.

Все вопросы, возникшие при самостоятельной работе над домашним заданием, подробно разбираются на практических занятиях и лекциях. Проводятся индивидуальные и групповые консультации с использованием, как встреч студентами, так и современных информационных технологий: чат, электронная почта, ZOOM.

Инициируется активность студентов, поощряется задание любых вопросов по материалу, практикуется индивидуальный ответ на вопросы студента, рекомендуются методы успешного самостоятельного усвоения материала в зависимости от уровня его базовой подготовки.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов в процессе текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена с учетом текущей успеваемости.

Результат обучения считается сформированным на повышенном уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, использует в ответе дополнительный материал. Все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты, проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Результат обучения считается сформированным на пороговом уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже трех по оценочной системе, что соответствует допороговому уровню.

Методические указания для занятий лекционного типа, по освоению дисциплины на практических занятиях и по самостоятельной работе находятся в оценочных материалах по дисциплине «Маркетинг в сфере международного предпринимательства», которые хранятся на кафедре «Цифровая экономика».

12. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

12.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля знаний студентов по дисциплине проводится **комплексная оценка знаний**, включающая:

- обсуждение теоретических вопросов;
- решение индивидуальных заданий;
- решение кейсов;
- тестирование;
- экзамен.

Типовые задания по каждому виду текущего контроля представлены в оценочных материалах по дисциплине «Маркетинг в сфере международного предпринимательства», которые хранятся на кафедре «Цифровая экономика».

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины «Маркетинг в сфере международного предпринимательства» ОП ВО по направлению 27.03.05 «Инноватика»,
направленность «Технологии международного предпринимательства»
(квалификация выпускника – бакалавр)

Федосеевой Татьяной Александровной, доцентом кафедры «Прикладная математика» НГТУ им. Р.Е. Алексеева, к.э.н. (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Маркетинг в сфере международного предпринимательства» ОП ВО по направлению 27.03.05 «Инноватика», направленность «Технологии международного предпринимательства» (бакалавриат) разработанной в ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный технический университет имени Р.Е. Алексеева», на кафедре «Цифровая экономика» (разработчик – Новикова Василиса Николаевна, доцент, к.э.н., доцент).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

Программа соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 27.03.05 «Инноватика». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к вариативной части учебного цикла – **Б1.В**.

Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 27.03.05 «Инноватика».

В соответствии с Программой за дисциплиной «Маркетинг в сфере международного предпринимательства» закреплено **1 компетенция**. Дисциплина и представленная Программа способны реализовать их в объявленных требованиях.

Результаты обучения, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

Общая трудоёмкость дисциплины «Маркетинг в сфере международного предпринимательства» составляет **5** зачётных единиц (**180 часов**). Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Маркетинг в сфере международного предпринимательства» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 27.03.05 **Инноватика** и возможность дублирования в содержании отсутствует.

Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

Программа дисциплины «Маркетинг в сфере международного предпринимательства» предполагает **9** занятий в интерактивной форме.

Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 27.03.05 **Инноватика**.

Представленные и описанные в Программе формы текущей оценки знаний (**дискуссия, индивидуальные задания по темам курса, кейсы, тесты**), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме экзамена, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины вариативной части учебного цикла – **Б1.В** ФГОС ВО направления 27.03.05 **Инноватика**.

Нормы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – **6** источника (базовый учебник), дополнительной литературой – **3** наименования, периодическими изданиями – **4** источника со ссылкой на электронные ресурсы, Интернет-ресурсы – **10** источников и *соответствует* требованиям ФГОС ВО направления 27.03.05 **Инноватика**.

Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины **«Маркетинг в сфере международного предпринимательства»** и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине **«Маркетинг в сфере международного предпринимательства»**.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины **«Маркетинг в сфере международного предпринимательства»** ОПОП ВО по направлению 27.03.05 **Инноватика**, направленность **«Технологии международного предпринимательства»** (квалификация выпускника – бакалавр), разработанная **Новиковой В.Н., доцент, к.э.н., доцент** соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Федосеева Татьяна Александровна, доцент кафедры «Прикладная математика» НГТУ им. Р.Е. Алексеева, к.э.н.

«02» июня 2021 г.

(подпись)

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института ИНЭУ

“ ____ ” 20__ г.

Лист актуализации рабочей программы дисциплины
Б.1.В.ОД.11 «Маркетинг в сфере международного предпринимательства»
индекс по учебному плану, наименование

для подготовки бакалавров

Направление: 27.03.05. Инноватика

Направленность: «Технологии международного предпринимательства»

Форма обучения очная

Год начала подготовки: 2021

Курс 4

Семестр 7

а) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 20__ г. начала подготовки.

б) В рабочую программу вносятся следующие изменения (указать на какой год начала подготовки):

- 1);
- 2);
- 3)

Разработчик (и): _____
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«__» 2021_г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры ЦЭ
_____ протокол № _____ от «__» _____ 2021_г.

Заведующий кафедрой

С.Н. Митяков

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий выпускающей кафедрой ЦЭ _____ «__» 2021_г.

Методический отдел УМУ: _____ «__» 2021_г.