

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Социологический факультет
Кафедра Менеджмента и управления персоналом

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Социологический факультет

Лига Марина Борисовна

«___» _____ 20____
г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.02 Кросс-культурный маркетинг
на 144 часа(ов), 4 зачетных(ые) единиц(ы)
для направления подготовки (специальности) 38.04.02 - Менеджмент

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
«___» _____ 20____ г. №_____

Профиль – Производственный менеджмент (для набора 2022)
Форма обучения: Заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

формирование у магистрантов высокого уровня профессиональных знаний об основных элементах культуры и их влиянии на маркетинговую стратегию развития фирм, корректировку цели и стратегии в зависимости от новых ситуаций и принятия кросс-культурные маркетинговые решения; развитие навыков работы в ситуациях межкультурного общения в международном маркетинге.

Задачи изучения дисциплины:

В процессе изучения курса магистрант должен освоить основные методы, технику и технологию управления, получить определенные навыки для использования их в практике управления организацией в условиях сложного и динамичного окружения.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина входит в блок 1. - Обязательных дисциплин, изучается в 1 семестре

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы), 144 часов.

Виды занятий	Семестр 1	Всего часов
Общая трудоемкость		144
Аудиторные занятия, в т.ч.	12	12
Лекционные (ЛК)	6	6
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	6	6
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	96	96
Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
УК-5	УК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы потребителей различных регионов и рынков	<p>Знать: важнейшие идеологические и ценностные системы потребителей различных регионов и рынков</p> <p>Уметь: анализировать важнейшие идеологические и ценностные системы потребителей различных регионов и рынков</p> <p>Владеть: навыками анализа важнейших идеологических и ценностных систем потребителей различных регионов и рынков</p>
УК-5	УК-5.2. Выстраивает профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой культуры представителей других этносов	<p>Знать: профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой культуры представителей других этносов</p> <p>Уметь: выстраивать профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой культуры представителей других этносов</p> <p>Владеть: навыками профессионального взаимодействия с учетом особенностей деловой культуры представителей других этносов</p>
УК-5	УК-5.3. Применяет знания кросс-культурных особенностей потребителей при осуществлении маркетинга в разных странах	<p>Знать: кросс-культурные особенности потребителей при осуществлении маркетинга в разных странах</p> <p>Уметь: применять знания кросс-культурных особенностей потребителей при осуществлении</p>

		<p>маркетинга в разных странах</p> <p>Владеть: навыками применения знания кросс-культурных особенностей потребителей при осуществлении маркетинга в разных странах</p>
ОПК-3	ОПК -3.1. Самостоятельно принимает стратегические организационно-управленческие решения	<p>Знать: стратегические организационно-управленческие решения</p> <p>Уметь: принимать стратегические организационно-управленческие решения</p> <p>Владеть: навыками принятия стратегических организационно-управленческих решений</p>
ОПК-3	ОПК -3.2. Оценивает операционную и организационную эффективность управленческих решений	<p>Знать: операционную и организационную эффективность управленческих решений</p> <p>Уметь: оценивать операционную и организационную эффективность управленческих решений</p> <p>Владеть: навыками оценки операционной и организационной эффективности управленческих решений</p>
ОПК-3	ОПК -3.3. Обеспечивает реализацию управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;	<p>Знать: технологии реализации управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;</p> <p>Уметь: реализовывать управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;</p> <p>Владеть: навыками реализации управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной</p>

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для заочной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1	Сущность международного маркетинга, глобализация экономики и стратегии международного развития.	1.1.Современная концепция международного маркетинга. Понятие глобализации в экономике. 1.2.Понятие глобализации в экономике.Правовые основы организации и управления отдельными аспектами международного маркетинга.	18	2	0	0	16
	1.2	Специфика работы организаций разных форм собственности на международных рынках	2.1.Предпосылки выхода на внешний рынок. Этапы интернационализации деятельности предприятия 2.2.Особенности сегментации мирового рынка.	20	2	2	0	16
	1.3	Международная среда: экономическая и политическая среда международного маркетинга	3.1. Стадии интернационализации деятельности. 3.2. Подходы к группировки стран	20	2	2	0	16
2	2.1	Специфика	4.1. Классификации	16	0	0	0	16

		культурной среды международного маркетинга	деловых культур. 4.2. Факторы культурной среды международного маркетинга.					
	2.2	Среда международного маркетинга	5.1. Изучение конкурентов. Глобальные конкуренты. 5.2. Изучение потребительских предпочтений	18	0	2	0	16
	2.3	Основные направления исследований в мировой практике	6.1. Специфика реализации этапов маркетингового исследования на внешнем рынке. 6.2. Методы изучения среды международного маркетинга	16	0	0	0	16
Итого				108	6	6	0	96

3.2. Содержание разделов дисциплины

3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Понятие глобализации в экономике. Правовые основы организации и управления отдельными аспектами международного маркетинга.	Нормативно правовое регулирование международной экономической деятельности. Теории глобализации. конфликт интересов локальных и международных брендов. ТНК	2
	1.2	2.1. Предпосылки выхода на внешний рынок. Этапы интернационализации деятельности предприятия	Этапы интернационализации деятельности предприятия. Ограничения внутреннего рынка Возможности снижения риска за счет выхода на внешний рынок. Особенности международного маркетинга.	2

	1.3	3.1. Стадии интернационализации деятельности.	Теория конкурентоспособностей наций М.Портера. Модели экономического развития и роль государства в экономике стран	2
2				

3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.2	2.2. Особенности сегментации мирового рынка.	Сегментация зарубежных рынков. Методы оценки и выбора сегментов рынка.	2
	1.3	3.2. Подходы к группировки стран	Группировка стран: - по методу контроля над ресурсами; - по типу собственности; - по уровню развития. Группировка стран в зависимости от структуры хозяйства и характера распределения доходов в стране Значение группировок для принятия решения по международному маркетингу	2
2	2.2	Изучение конкурентов. Глобальные конкуренты.	теория конкурентоспособности наций М.Портера. Модели экономического развития и роль государства в экономике стран Европейского союза.	2

3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Мотивационная	конспекты, подготовка	16

		дифференциация в мультинациональном коллективе. Влияние культурно-странового контекста на мотивационные изменения.	сообщений	
	1.2	Практика стимулирования труда в различных странах. Коммуникация и языковые барьеры. Способы преодоления языковых барьеров в международном бизнесе.	конспекты, подготовка сообщений	16
	1.3	Управление кросс-культурной коммуникацией. Регулирование рынка труда в США. Теория менеджмента США. Концепция человеческих ресурсов. Бихевиористский подход.	конспекты, подготовка сообщений, подготовка к дискуссии	16
2	2.1	Факторы, определяющие национальные различия в стиле руководства и модели рыночного поведения фирмы Универсальный подход к культуре. Системный подход к культуре. Ценностный подход к культуре.	конспекты, подготовка сообщений	16
	2.2	19. Многообразие деловых культур и менеджмента в Европе. 20. Группировка стран Европы по культурным параметрам: страновые кластеры. 21. Классификация европейских систем менеджмента по Лессему и Нойбауэру.	конспекты, подготовка сообщений	16
	2.3	Специфика	конспекты, подготовка	16

		управленческих процессов и функций в мультинациональной среде	сообщений, подготовка к дискуссии	
--	--	---	-----------------------------------	--

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1. 1. Акулич И.Л. Международный маркетинг: учеб. пособие / И.Л. Акулич.- Мн.: Выш. шк., 2016. 2. Воронин В.П., Кондакова Г.В. Подмолодина И.М. Мировое хозяйство и экономика стран мира: учеб. Пособие.-М.: Финансы и статистика, 2018. 3. Дикерсон Д., Чухломин В. Разрешение кросс-культурных конфликтов в международных каналах дистрибуции// Маркетинг в России и за рубежом, 2005, с. 112 - 125.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. 4. Липсиц, И. В. Маркетинг-менеджмент : Учебник и практикум / Липсиц Игорь Владимирович; Липсиц И.В. - Отв. ред., Ойнер О.К. - Отв. ред. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 379. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01165-4 : 142.51. –Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/961C3C1E-79C5-4949-95BC-5577C0F17C94> 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. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/498852> 6. 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. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. —URL: <https://urait.ru/bcode/489324>

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. 1. Дикерсон Д., Чухломин В. Разрешение кросс-культурных конфликтов в международных каналах дистрибуции// Маркетинг в России и за рубежом, 2005, с. 112 - 125. 2. Олейник С. Управление ВЭД при реимпорте товаров//Маркетинг, 2005, с. 97 - 109. 3.

Орлов А.С. Современные методы ценового анализа лекарственных средств и их применение в зарубежной практике// Маркетинг в России и за рубежом, 2005, с. 21 - 31.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. 4. 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. — Текст : электронный //Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490971> 5. Розанова, Н. М. Корпоративное управление : Учебник / Розанова Надежда Михайловна; Розанова Н.М. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 339. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-02854-6 : 130.22. – Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/book/D30F2D81-0534-49E9-8C19-64E5B641CA02> 6. Транснациональные корпорации в международных экономических отношениях :учебное пособие для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк, Н. А. Конахина,К. Н. Киккас. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 271 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14159-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496819>

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
1. Всемирная торговая организация - История создания. Структура. Основные функции - http://www.ereport.ru/articles/ecunions/wto.htm Индекс BERI - http://www.beri.com/ Инкотермс 2011 - http://www.fialan.com.ua/incoterms2011/ Международный кодекс маркетинговых исследований - http://www.infowave.ru/lib/pocket/esomar/ Международный кодекс рекламной практики - http://www.advertology.ru/index.php?name=Subjects&pageid=111 2. Оценка страновых рисков в рамках принятия инвестиционных решений - http://www.rfc-spb.ru/managment/article/?id=74 3.Таможенный кодекс РФ - http://www.consultant.ru/popular/customold/	http://www.consultant.ru/popular/customold/

6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

1) 1С-Битрикс: Корпоративный портал - Компания 1С: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях 7-Zip ABBYY FineReader Adobe Audition Adobe Flash Adobe In Design Adobe Lightroom Adobe Photoshop

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для промежуточной аттестации	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

При изучении дисциплины используются следующие виды образовательных технологий:

- структурно-логические технологии для поэтапной организации освоения учебного материала по принципу «от простого к сложному», «от теоретического к практическому», при интерактивных методах – «от практического к теоретическому»;
- активные (проблемные) лекции и семинары;
- тренинговые технологии (в форме деловых и имитационных игр) с использованием определенных алгоритмов учебно-познавательных действий и способов решения типовых задач при проведении аудиторных занятий и в ходе самоподготовки;
- ситуационные методы (кейс - технологии, анализ конкретных ситуаций, решение ситуативных и производственных задач) для отработки навыков ситуационного анализа и формирования практических навыков и профессиональных компетенций.

Разработчик/группа разработчиков:
Наталья Владимировна Воротий

Типовая программа утверждена

Согласована с выпускающей кафедрой
Заведующий кафедрой

_____ «___» _____ 20___ г.