

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Дальневосточный государственный университет путей сообщения"
(ДВГУПС)

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой
(к302) Менеджмент

Третьяк С.Н., канд.
экон. наук, доцент



01.01.1754

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины Международный маркетинг

для направления подготовки 38.03.02 Менеджмент

Составитель(и): .

Обсуждена на заседании кафедры: (к302) Менеджмент

Протокол от 01.01.0001г. №

Обсуждена на заседании методической комиссии по родственным направлениям и специальностям: Протокол

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

__ ____ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры (к302) Менеджмент

Протокол от ____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

__ ____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры (к302) Менеджмент

Протокол от ____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

__ ____ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры (к302) Менеджмент

Протокол от ____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК РНС

__ ____ 2028 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры (к302) Менеджмент

Протокол от ____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой Третьяк С.Н., канд. экон. наук, доцент

Рабочая программа дисциплины **Международный маркетинг**

разработана в соответствии с ФГОС, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 № 970

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	144	Виды контроля на курсах:
в том числе:		экзамены (курс) 4
контактная работа	8	контрольных работ 4 курс (1)
самостоятельная работа	127	
часов на контроль	9	

Распределение часов дисциплины по семестрам (курсам)

Курс	4		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	4	4	4	4
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8	8	8	8
Сам. работа	127	131	127	131
Часы на контроль	9	5	9	5
Итого	144	144	144	144

1. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Цифровой (digital) маркетинг как маркетинг товаров и услуг с применением цифровых технологий. Отличие цифрового маркетинга от интернет-маркетинга. Каналы цифрового маркетинга. Преимущества и ограничения использования цифрового маркетинга. Применение офлайн-каналов в цифровом маркетинге: реклама на цифровых tv-каналах и в мобильных приложениях; интерактивные экраны в городском пространстве; SMS-рассылка и листовки с QR-кодом. Применение онлайн-каналов: корпоративный сайт; использование социальных сетей; использование мобильных приложений; контент-маркетинг (публикации на тематических сайтах, блоггинг); email-маркетинг. Важность потребительской ценности и создание «аватара» потребителя. Этапы пути потребителя и подготовка «дорожной» карты. Лиды, клиенты, промоутеры и защитники бренда. Постановка целей цифрового маркетинга и определение типа цифровой маркетинговой компании. Создание различных типов выигрышных предложений: создание безусловного предложения; создание условного предложения; разработка предложений с большой скидкой; максимизация прибыли. Сущность и динамика контентного маркетинга. Жизненный цикл контента. Контентный маркетинг на разных стадиях маркетинговой воронки. Этапы проведения контентного маркетинга.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код дисциплины:	Б1.В.13
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**ПК-8: Способен разрабатывать и проводить корректировку стратегии развития бизнеса****Знать:**

Методики разработки стратегии продвижения; особенности корректировки стратегии продвижения компании и ее продукта на рынок

Уметь:

Осуществлять анализ стратегии продвижения и проводить ее корректировку

Владеть:

Методами продвижения о компании и ее продукта на рынок; навыками оценки и корректировки стратегии продвижения

ПК-6: Владеет технологией проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга**Знать:**

Методы маркетинговых исследований

Уметь:

Использовать в практической деятельности организации собранную в результате маркетинговых исследований информацию

Владеть:

Навыками обработки и анализа собранной маркетинговой информации

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1.						

1.1	Цифровой (digital) маркетинг как маркетинг товаров и услуг с применением цифровых технологий. Отличие цифрового маркетинга от интернет-маркетинга. Каналы цифрового маркетинга. Преимущества и ограничения использования цифрового маркетинга. Применение оффлайн-каналов в цифровом маркетинге: реклама на цифровых тв-каналах и в мобильных приложениях; интерактивные экраны в городском пространстве; SMS-рассылка и листовки с QR-кодом. Применение онлайн-каналов: корпоративный сайт; использование социальных сетей; использование мобильных приложений; контент-маркетинг (публикации на тематических сайтах, блоггинг); email-маркетинг. /Лек/	4	2	ПК-8 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
1.2	Важность потребительской ценности и создание «аватара» потребителя. Этапы пути потребителя и подготовка «дорожной» карты. Лиды, клиенты, промоутеры и защитники бренда. Постановка целей цифрового маркетинга и определение типа цифровой маркетинговой компании. Создание различных типов выигрышных предложений: создание безусловного предложения; создание условного предложения; разработка предложений с большой скидкой; максимизация прибыли. Сущность и динамика контентного маркетинга. Жизненный цикл контента. Контентный маркетинг на разных стадиях маркетинговой воронки. Этапы проведения контентного маркетинга. /Лек/	4	2	ПК-8 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
Раздел 2.							
2.1	Цифровой (digital) маркетинг как маркетинг товаров и услуг с применением цифровых технологий. Отличие цифрового маркетинга от интернет-маркетинга. Каналы цифрового маркетинга. Преимущества и ограничения использования цифрового маркетинга. Применение оффлайн-каналов в цифровом маркетинге: реклама на цифровых тв-каналах и в мобильных приложениях; интерактивные экраны в городском пространстве; SMS-рассылка и листовки с QR-кодом. Применение онлайн-каналов: корпоративный сайт; использование социальных сетей; использование мобильных приложений; контент-маркетинг (публикации на тематических сайтах, блоггинг); email-маркетинг. /Пр/	4	2	ПК-8 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	

2.2	Важность потребительской ценности и создание «аватара» потребителя. Этапы пути потребителя и подготовка «дорожной» карты. Лиды, клиенты, промоутеры и защитники бренда. Постановка целей цифрового маркетинга и определение типа цифровой маркетинговой компании. Создание различных типов выигрышных предложений: создание безусловного предложения; создание условного предложения; разработка предложений с большой скидкой; максимизация прибыли. Сущность и динамика контентного маркетинга. Жизненный цикл контента. Контентный маркетинг на разных стадиях маркетинговой воронки. Этапы проведения контентного маркетинга. /Пр/	4	2	ПК-8 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
	Раздел 3.						
3.1	Работа с литературными источниками /Ср/	4	40	ПК-8 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
3.2	Подготовка к контрольной работе /Ср/	4	27	ПК-8 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
3.3	Подготовка к практическим работам /Ср/	4	30	ПК-8 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
3.4	Подготовка к экзамену /Ср/	4	30	ПК-8 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
	Раздел 4.						
4.1	/Контр.раб./	4	4	ПК-8 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
	Раздел 5.						
5.1	/Экзамен/	4	5	ПК-8 ПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Размещены в приложении

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Перечень основной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Алексунин В.А., Родигина В.В.	Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: учеб. пособие	Москва: Дашков и К, 2008,
Л1.2	Сейфуллаева М. Э.	Международный маркетинг: учебник	Москва: Юнити, 2015, http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119592
Л1.3	Лунева Е.А., Реброва Н. П.	Цифровой маркетинг: Учебное пособие	Москва: Прометей, 2021, https://znanium.com/catalog/document?id=437349

6.1.2. Перечень дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Балалаев А.С., Климентьева И.И.	Разработка маркетинговой программы: метод. пособие к курсовому проекту по дисц. "Маркетинг"	Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2008,

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.2	Катернюк А.В.	Основы современного маркетинга: учеб. пособие для вузов	Ростов-на-Дону: Феникс, 2008,
Л2.3	Калиновская Н.А., Митрофанова О.Ю.	Интегрированные маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для студ.-магистрантов	Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2014,

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

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Оценочные материалы при формировании рабочих программ дисциплин (модулей)

Направление: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг

Дисциплина: Международный маркетинг

Формируемые компетенции:

1. Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций.

Показатели и критерии оценивания компетенций

Объект оценки	Уровни сформированности компетенций	Критерий оценивания результатов обучения
Обучающийся	Низкий уровень Пороговый уровень Повышенный уровень Высокий уровень	Уровень результатов обучения не ниже порогового

Шкалы оценивания компетенций при сдаче экзамена или зачета с оценкой

Достигнутый уровень результата обучения	Характеристика уровня сформированности компетенций	Шкала оценивания
		Экзамен или зачет с оценкой
Низкий уровень	Обучающийся: -обнаружил пробелы в знаниях основного учебно-программного материала; -допустил принципиальные ошибки в выполнении заданий, предусмотренных программой; -не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании программы без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.	Неудовлетворительно
Пороговый уровень	Обучающийся: -обнаружил знание основного учебно-программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учебной и предстоящей профессиональной деятельности; -справляется с выполнением заданий, предусмотренных программой; -знаком с основной литературой, рекомендованной рабочей программой дисциплины; -допустил неточности в ответе на вопросы и при выполнении заданий по учебно-программному материалу, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.	Удовлетворительно
Повышенный уровень	Обучающийся: - обнаружил полное знание учебно-программного материала; -успешно выполнил задания, предусмотренные программой; -усвоил основную литературу, рекомендованную рабочей программой дисциплины; -показал систематический характер знаний учебно-программного материала; -способен к самостоятельному пополнению знаний по учебно-программному материалу и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.	Хорошо

Высокий уровень	Обучающийся: -обнаружил всесторонние, систематические и глубокие знания учебно-программного материала; -умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой; -ознакомился с дополнительной литературой; -усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплин и их значение для приобретения профессии; -проявил творческие способности в понимании учебно-программного материала.	Отлично
-----------------	---	---------

Описание шкал оценивания

Компетенции обучающегося оценивается следующим образом:

Планируемый уровень результатов освоения	Содержание шкалы оценивания достигнутого уровня результата обучения			
	Неудовлетворительн	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
	Не зачтено	Зачтено	Зачтено	Зачтено
Знать	Неспособность обучающегося самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения.	Обучающийся способен самостоятельно продемонстрировать наличие знаний при решении заданий, которые были представлены преподавателем вместе с образцом их решения.	Обучающийся демонстрирует способность к самостоятельному применению знаний при решении заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной	Обучающийся демонстрирует способность к самостоятельно-му применению знаний в выборе способа решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке в части междисциплинарных
Уметь	Отсутствие у обучающегося самостоятельности в применении умений по использованию методов освоения учебной дисциплины.	Обучающийся демонстрирует самостоятельность в применении умений решения учебных заданий в полном соответствии с образцом, данным преподавателем.	Обучающийся продемонстрирует самостоятельное применение умений решения заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной поддержке в части современных проблем.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение умений решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке преподавателя в части междисциплинарных связей.
Владеть	Неспособность самостоятельно проявить навык решения поставленной задачи по стандартному образцу повторно.	Обучающийся демонстрирует самостоятельность в применении навыка по заданиям, решение которых было показано преподавателем.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение навыка решения заданий, аналогичных тем, которые представлял преподаватель, и при его консультативной поддержке в части современных проблем.	Обучающийся демонстрирует самостоятельное применение навыка решения неизвестных или нестандартных заданий и при консультативной поддержке преподавателя в части междисциплинарных связей.

2. Перечень вопросов и задач к экзаменам, зачетам, курсовому проектированию, лабораторным занятиям. Образец экзаменационного билета

3. Тестовые задания. Оценка по результатам тестирования.

Полный комплект тестовых заданий в корпоративной тестовой оболочке АСТ размещен на сервере УИТ ДВГУПС, а также на сайте Университета в разделе СДО ДВГУПС (образовательная среда в личном кабинете преподавателя).

Соответствие между бальной системой и системой оценивания по результатам тестирования устанавливается посредством следующей таблицы:

Объект оценки	Показатели оценивания результатов обучения	Оценка	Уровень результатов обучения
Обучающийся	60 баллов и менее	«Неудовлетворительно»	Низкий уровень
	74 – 61 баллов	«Удовлетворительно»	Пороговый уровень
	84 – 75 баллов	«Хорошо»	Повышенный уровень
	100 – 85 баллов	«Отлично»	Высокий уровень

4. Оценка ответа обучающегося на вопросы, задачу (задание) экзаменационного билета, зачета, курсового проектирования.

Оценка ответа обучающегося на вопросы, задачу (задание) экзаменационного билета, зачета

Элементы оценивания	Содержание шкалы оценивания			
	Неудовлетворительн	Удовлетворитель	Хорошо	Отлично
	Не зачтено	Зачтено	Зачтено	Зачтено
Соответствие ответов формулировкам вопросов (заданий)	Полное несоответствие по всем вопросам.	Значительные погрешности.	Незначительные погрешности.	Полное соответствие.
Структура, последовательность и логика ответа. Умение четко, понятно, грамотно и свободно излагать свои мысли	Полное несоответствие критерию.	Значительное несоответствие критерию.	Незначительное несоответствие критерию.	Соответствие критерию при ответе на все вопросы.
Знание нормативных, правовых документов и специальной литературы	Полное незнание нормативной и правовой базы и специальной литературы	Имеют место существенные упущения (незнание большей части из документов и специальной литературы по названию, содержанию и т.д.).	Имеют место несущественные упущения и незнание отдельных (единичных) работ из числа обязательной литературы.	Полное соответствие данному критерию ответов на все вопросы.
Умение увязывать теорию с практикой, в том числе в области профессиональной работы	Умение связать теорию с практикой работы не проявляется.	Умение связать вопросы теории и практики проявляется редко.	Умение связать вопросы теории и практики в основном проявляется.	Полное соответствие данному критерию. Способность интегрировать знания и привлекать сведения из различных научных сфер.

Качество ответов на дополнительные вопросы	На все дополнительные вопросы преподавателя даны неверные ответы.	Ответы на большую часть дополнительных вопросов преподавателя даны неверно.	. Даны неполные ответы на дополнительные вопросы преподавателя. 2. Дан один неверный ответ на дополнительные вопросы преподавателя.	Даны верные ответы на все дополнительные вопросы преподавателя.
--	---	---	--	---

Примечание: итоговая оценка формируется как средняя арифметическая результатов элементов оценивания.