

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ»

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор Института экономики и финансов  
В.П. Чуприков  
\_\_\_\_\_ 2011 г.



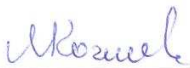
ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление: 080200.62 «Менеджмент»

Профиль: «Маркетинг»

Квалификация выпускника: бакалавр менеджмента

Форма обучения: очная

|                                                                                                                      |                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Утверждено на заседании<br>Учебно-методической комиссии<br>института                                                 | Утверждено на заседании кафедры<br>«Экономика и управление на<br>транспорте»                                        |
| Протокол № <u>  X  </u><br>« <u>  X  </u> » <u>      </u> X <u>      </u> 2011 г.                                    | Протокол № <u>  X  </u><br>« <u>  X  </u> » <u>      </u> X <u>      </u> 2011 г.                                   |
| Председатель УМК<br> Л.Ф. Кочнева | Зав. кафедрой<br> Н.П. Терёшина |

Москва

2011 г.

## **К абитуриенту**

Профиль «Маркетинг» бакалаврской программы высшего профессионального образования по направлению «Менеджмент» предлагается людям творческим, креативным и одновременно неунывающим, активным, общительным, наделенным чувством юмора.

Изучение рынков, разработка стратегии управления фирмой в рыночных условиях, создание бренда и торговых марок, рекламные кампании – вот основные виды профессиональной деятельности маркетолога. Профессия маркетолога в условиях развития рынков является весьма востребованной и высоко оплачиваемой.

Дисциплины профиля составляют порядка 50% образовательной программы, в процесс обучения включены современные активные формы обучения, уже с 1 курса используются дистанционные технологии обучения.

## **Область профессиональной деятельности выпускника**

Полученная профессия позволяет выпускникам работать в таких сферах, как: транспортные, промышленные предприятия, организации непроизводственной сферы любой организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные); органы государственного и муниципального управления; структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

## **Требования к результатам освоения основной образовательной программы**

Результатом освоения Профиля является подготовка студентов к организационно-управленческому, информационно-аналитическому и предпринимательскому видам профессиональной деятельности на основе овладения маркетинговыми принципами управления, том числе овладение профессиональными компетенциями:

|       |                                                                                                                                                                                   |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК-8  | способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность                                                                            |
| ПК-15 | готовностью участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента                                                                  |
| ПК-16 | способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации                                                         |
| ПК-21 | готовностью участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций                                                                                                      |
| ПК-23 | знанием современной системы управления качеством и обеспечения конкурентоспособности                                                                                              |
| ПК-27 | способностью оценивать воздействие экономической макросреды на функционирование организаций                                                                                       |
| ПК-30 | знанием экономических основ поведения организаций, представлением о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли                        |
| ПК-29 | способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса                                                                                        |
| ПК-36 | умением использовать в практической деятельности организации информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте |
| ПК-12 | способностью оценивать влияние инвестиционных решений на рост ценности (стоимости) компании и многими другими                                                                     |

## ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

подготовки бакалавра по направлению 080200 «Менеджмент» профиль «Маркетинг»

Квалификация (степень) - бакалавр

Нормативный срок обучения – 4 года

| № п/п                                             | Наименование дисциплин<br><br>(в том числе практик) | Трудоемкость     |                    | Примерное распределение по семестрам |             |             |             |             |             |             |             |                             |            |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------|--------------------|--------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------------------------|------------|
|                                                   |                                                     | Зачетные единицы | Академические часы | 1-й семестр                          | 2-й семестр | 3-й семестр | 4-й семестр | 5-й семестр | 6-й семестр | 7-й семестр | 8-й семестр | Форма промеж. аттестации    | Примечание |
|                                                   |                                                     |                  |                    | Количество недель                    |             |             |             |             |             |             |             |                             |            |
|                                                   |                                                     |                  |                    |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                             |            |
| Б.1 Гуманитарный, социальный и экономический цикл |                                                     | 43               | 1548               |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                             |            |
|                                                   | Базовая часть                                       | 28               | 1 008              |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                             |            |
| Б.1.1.                                            | История                                             | 4                | 144                | +                                    |             |             |             |             |             |             |             | ЭКЗ                         |            |
| Б.1.2.                                            | Философия                                           | 4                | 144                |                                      |             |             | +           |             |             |             |             | ЭКЗ                         |            |
| Б.1.3.                                            | Иностранный язык                                    | 12               | 432                | +                                    | +           | +           | +           |             |             |             |             | зач,<br>зач,<br>зач,<br>ЭКЗ |            |

| № п/п                                               | Наименование дисциплин<br>(в том числе практик)                | Трудоемкость     |                    | Примерное распределение по семестрам |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|------------------|--------------------|--------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|------------|
|                                                     |                                                                | Зачетные единицы | Академические часы | 1-й семестр                          | 2-й семестр | 3-й семестр | 4-й семестр | 5-й семестр | 6-й семестр | 7-й семестр | 8-й семестр | Форма пром. аттестации | Примечание |
|                                                     |                                                                |                  |                    | Количество недель                    |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
|                                                     |                                                                |                  |                    |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
| Б.1.4.                                              | Правоведение                                                   | 4                | 144                |                                      |             |             | +           |             |             |             |             | зач.                   |            |
| Б.1.5.                                              | Социология                                                     | 4                | 144                | +                                    |             |             |             |             |             |             |             | экз                    |            |
|                                                     | <b>Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по выбору студента</b> | <b>15</b>        | <b>540</b>         |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
| Б.1.6.                                              | Экономическая теория                                           | 4                | 144                |                                      | +           |             |             |             |             |             |             | экз                    |            |
| Б.1.7.                                              | Политология , ...                                              | 2                | 72                 |                                      | +           |             |             |             |             |             |             | зач                    |            |
| <b>Б.2 Математический и естественнонаучный цикл</b> |                                                                | <b>39</b>        | <b>1404</b>        |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
| Б.2.1.                                              | Математика                                                     | 8                | 288                | +                                    | +           |             |             |             |             |             |             | Экз,<br>Экз            |            |
| Б.2.2.                                              | Статистика: теория статистики                                  | 8                | 288                |                                      |             | +           | +           |             |             |             |             | Зач,<br>Экз.           |            |

| № п/п                            | Наименование дисциплин<br>(в том числе практик)                | Трудоемкость     |                    | Примерное распределение по семестрам |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------|------------------|--------------------|--------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|------------|
|                                  |                                                                | Зачетные единицы | Академические часы | 1-й семестр                          | 2-й семестр | 3-й семестр | 4-й семестр | 5-й семестр | 6-й семестр | 7-й семестр | 8-й семестр | Форма пром. аттестации | Примечание |
|                                  |                                                                |                  |                    | Количество недель                    |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
|                                  |                                                                |                  |                    |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
| Б.2.3.                           | Методы принятия управленческих решений                         | 4                | 144                |                                      |             |             | +           |             |             |             |             | Экз.                   |            |
| Б.2.5.                           | Информационные технологии в менеджменте                        | 4                | 144                |                                      |             |             |             | +           |             |             |             | экз                    |            |
|                                  | <b>Вариативная часть, в т.ч. дисциплины по выбору студента</b> | <b>15</b>        | <b>540</b>         |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
| Б.2.6.                           | Информатика, .....                                             | 6                | 216                | +                                    | +           |             |             |             |             |             |             | Зач, экз               |            |
| <b>Б.3 Профессиональный цикл</b> |                                                                | <b>136</b>       | <b>4 896</b>       |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
|                                  | <b>Базовая часть</b>                                           | <b>52</b>        | <b>1 872</b>       |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
| Б.3.1                            | Теория менеджмента                                             | 5                | 180                |                                      | +           |             |             |             |             |             |             | экз                    |            |
| Б.3.2                            | Маркетинг                                                      | 6                | 216                |                                      |             | +           |             |             |             |             |             | экз                    |            |
| Б.3.3                            | Учет и анализ: финансовый учет                                 | 7                | 252                |                                      |             |             |             | +           | +           |             |             | Зач,                   |            |



| № п/п  | Наименование дисциплин<br>(в том числе практик) | Трудоемкость     |                    | Примерное распределение по семестрам |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
|--------|-------------------------------------------------|------------------|--------------------|--------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|------------|
|        |                                                 | Зачетные единицы | Академические часы | 1-й семестр                          | 2-й семестр | 3-й семестр | 4-й семестр | 5-й семестр | 6-й семестр | 7-й семестр | 8-й семестр | Форма пром. аттестации | Примечание |
|        |                                                 |                  |                    | Количество недель                    |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
|        |                                                 |                  |                    |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
|        |                                                 |                  |                    |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
| В.3.1. | Маркетинговые исследования                      | 4                | 144                |                                      |             |             | +           |             |             |             |             | зач                    |            |
| В.3.1. | Маркетинговые коммуникации                      | 4                | 144                |                                      |             |             |             | +           |             |             |             | зач                    |            |
| В.3.2. | Ценообразование                                 | 4                | 144                |                                      |             |             |             |             | +           |             |             | зач                    |            |
| В.3.3. | Управление маркетингом                          | 4                | 144                |                                      |             |             |             |             | +           |             |             | экз                    |            |
| В.3.4. | Логистика                                       | 5                | 180                |                                      |             |             |             |             |             | +           |             | Экз                    |            |
| В.3.5. | Инновационный менеджмент                        | 3                | 108                |                                      |             |             |             |             |             |             | +           | зач                    |            |
| В.3.6. | Анализ хозяйственной деятельности               | 5                | 180                |                                      |             |             |             |             |             | +           |             | Экз                    |            |
| В.3.7. | Общее управление качеством                      | 3                | 180                |                                      |             |             |             |             |             |             | +           | экз                    |            |
| В.3.8. | Международный маркетинг                         | 3                | 108                |                                      |             |             |             |             |             |             | +           | Экз                    |            |
| В.3.9. | Иностранный язык(профессиональный),...          | 4                | 144                |                                      |             |             |             | +           | +           |             |             | зач                    |            |



| № п/п | Наименование дисциплин<br>(в том числе практик)                                                           | Трудоемкость     |                    | Примерное распределение по семестрам |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|--------------------|--------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|------------|
|       |                                                                                                           | Зачетные единицы | Академические часы | 1-й семестр                          | 2-й семестр | 3-й семестр | 4-й семестр | 5-й семестр | 6-й семестр | 7-й семестр | 8-й семестр | Форма пром. аттестации | Примечание |
|       |                                                                                                           |                  |                    | Количество недель                    |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
|       |                                                                                                           |                  |                    |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
|       | <b>Б.4 Физическая культура</b>                                                                            | <b>2</b>         | <b>400</b>         | +                                    | +           | +           | +           | +           | +           |             |             |                        |            |
|       | <b>Б.5 Учебная и производственная практики</b><br>(разделом учебной практики может быть НИР обучающегося) | <b>8</b>         | <b>288</b>         |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
|       | <b>Б.6 Итоговая государственная аттестация</b>                                                            | <b>12</b>        | <b>432</b>         |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |
|       | <b>Всего:</b>                                                                                             | <b>240</b>       | <b>8 640</b>       |                                      |             |             |             |             |             |             |             |                        |            |

#### Бюджет времени, в неделях

| Курсы | Теоретическое обучение | Экзаменационная сессия | Учебная практика | Производственная практика | Итоговая государственная аттестация | Каникулы | Всего |
|-------|------------------------|------------------------|------------------|---------------------------|-------------------------------------|----------|-------|
|-------|------------------------|------------------------|------------------|---------------------------|-------------------------------------|----------|-------|

|        |     |    |    |   |   |    |     |
|--------|-----|----|----|---|---|----|-----|
| I      | 36  | 6  | УР |   |   | 10 | 52  |
| II     | 36  | 6  |    | 3 |   | 7  | 52  |
| III    | 36  | 6  |    | 3 |   | 7  | 52  |
| IV     | 27  | 5  |    | 2 | 8 | 10 | 52  |
| Итого: | 135 | 23 |    | 8 | 8 | 34 | 208 |

*Учебная практика (распределенная)*

2 семестр

*Производственная практика*

4,6,8 семестр

*Итоговая государственная  
аттестация:*

Подготовка и защита  
выпускной  
квалификационной  
работы

8 семестр

Настоящий учебный план составлен, исходя из следующих данных (зачетных единицах / в часах):

Теоретическое обучение, включая экзаменационные сессии 218 (7 848 час)

Физическая культура 2 (400 час)

Практики (в том числе научно-исследовательская работа) 8 (288)

Итоговая государственная аттестация 12 (432)

Итого: 240 (8 640) зачетных единиц / часов

**Примечания:** Настоящий примерный учебный план составлен в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего профессионального образования по направлению подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

# ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН (АННОТАЦИИ)

## Аннотация

### программы дисциплины

### «Управление маркетингом»

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

#### **Цели и задачи дисциплины:**

**Цели дисциплины:** Овладение принципами и методами маркетингового управления предприятием, принятие стратегических и тактических (оперативных) решений в рамках понимания управления маркетингом:

- как современной управленческой концепции;
- как управление важнейшей функцией предприятия;
- как управление спросом и активным формированием рынка для предприятия.

**Задачи дисциплины:** отработка знаний, умений и навыков принятия маркетинговых решений на стратегическом уровне управления компанией, управления на уровне отдельных рынков и товаров и инструментальном уровне;

отработка знаний, умений и навыков в решении вопросов организации, планирования и контроля маркетинговой деятельности предприятия.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина «Управление маркетингом» относится к Профессиональному циклу дисциплин.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-9; ПК-10; ПК-48.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- основные теоретические и методологические положения управления маркетингом предприятия;
- основные корпоративные и маркетинговые стратегии фирмы; инструменты выбора стратегических решений.
- современные концепции маркетинга.

*уметь:*

- использовать современные технологии, методические приемы и процедуры для принятия маркетинговых решений,
- проводить анализ маркетинговых перспектив продукции и определять направления формирования инновационной продукции;
- участвовать в определении направлений исследования, разработки и последующем внедрении продуктовых инноваций;
- находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею, на основе продуктовых инноваций;
- проводить анализ показателей результативности мероприятий маркетинга;

*владеть:*

- методами экономического, социологического, информационного обоснования принимаемых маркетинговых решений;
- способами разработки планов и осуществления контроля маркетинговой деятельности предприятия;
- инструментами маркетинга.

### **Аннотация**

#### **программы дисциплины**

#### **«Поведение потребителей»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

#### **Цели и задачи дисциплины:**

Цель курса - формирование системных знаний факторов и процессов поведения потребителей и умений комплексного использования этих знаний в разработке маркетинговых решений.

Задачи курса:

- представление современной теории поведения потребителей и развитие умений ее практического использования в маркетинговой деятельности;
- развитие умений идентификации потребительских аспектов маркетинговых проблем и решения этих проблем на основе знания факторов и процессов потребительского поведения;
- развитие навыков анализа, прогнозирования, формирования и оценки поведения потребителей, необходимых для ведения маркетинговой деятельности.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина «Поведение потребителей» является дисциплиной по выбору Профессионального цикла дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование профессиональной компетенции ПК-29.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- современное состояние и тенденции развития мирового и российского рынка, влияющих на поведение потребителей и маркетинговые решения;
- факторы внешнего влияния на поведение потребителей,
- внутренние факторы поведения потребителей
- основные этапы процесса принятия решения потребителями.

*уметь:*

- проводить анализ поведенческих аспектов целевых рынков;
- использовать знание основных факторов поведения потребителей для проведения сегментации рынков;
- использовать знание особенностей поведения потребителей для разработки мероприятий маркетинга.

*владеть:*

- методами выявления факторов поведения потребителей;
- способами выявления, анализа и использования информации о последовательности этапов принятия решений потребителями.

**Аннотация**

**программы дисциплины**

**«Управление качеством»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели дисциплины:** формирование системных знаний в области управления качеством продукции и умений комплексного использования

этих знаний в разработке управленческих решений на железнодорожном транспорте.

Задачами курса являются представление современной теории управления качеством продукции и развитие умений ее практического использования в управленческой деятельности, а также развитие навыков оценки качества продукции транспорта, оценки экономической эффективности принятия управленческих решений в области повышения качества.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина «Управление качеством» относится к Профессиональному циклу дисциплин;

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-23; ПК-48.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- эволюцию научных подходов к оценке качества;
- основные понятия квалиметрии;
- основные показатели качества промышленной продукции, методы их расчета;
- основные положения стандартизации, сертификации и лицензирования в промышленности и на транспорте;

*уметь:*

- осуществлять комплексную оценку качества промышленной продукции;
- оценивать влияние факторов внешней и внутренней среды при управлении качеством на предприятии;

*владеть:*

- методами оценки экономической эффективности мероприятий по повышению качества основными приемами управления рисками инновационных проектов;
- методами оценки сопряженных эффектов при повышении качества.

**Аннотация**  
**программы дисциплины**  
**«Маркетинговые исследования»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:** Целью преподавания дисциплины является обучение студентов теоретическим и практическим навыкам и методам проведения маркетинговых исследований с целью снижения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений.

**Задачи дисциплины:**

- обеспечить понимание студентами роли маркетингового подхода и маркетинговых исследований в деятельности предприятия, особенно при разработке стратегии его развития;
- научить студентов методам и процедурам проведения комплексных маркетинговых исследований;
- сформировать маркетинговый подход к проблеме изучения внешней среды предприятия;
- научить студентов приемам изучения внутренней среды предприятия, оценки его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определения слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей конкурентоспособности предприятия.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина «Маркетинговые исследования» относится к Профессиональному циклу дисциплин;

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-27; ПК-36.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- специфику системы измерений в маркетинговых исследованиях,
- виды оценок и шкалы измерений, используемые в маркетинге,
- основные источники получения первичной и вторичной информации;
- знать специфику проведения различных направлений маркетинговых исследований.

*уметь:*

- использовать основные методы получения маркетинговой информации;
- владеть навыками тестирования рынков;
- выявлять проблемы, формировать цели, задачи и направления маркетинговых исследований

*владеть:*

- методами планирования процесса маркетинговых исследований,
- методами проведения маркетингового эксперимента.

## Аннотация программы дисциплины «Инновационный менеджмент»

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:** изложение системы научных знаний, которая составляет теоретические и практические основы инновационного менеджмента, обеспечивает практику менеджмента научными рекомендациями, формирует менеджерские навыки.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина «Инновационный менеджмент» относится к Профессиональному циклу дисциплин;

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-20; ПК-21; ПК-22; ПК-23; ПК-29.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- знать научные основы организационно-управленческой деятельности;
- основные принципы и концепции, как в общей области менеджмента, так и в сфере инновационного менеджмента, быть способным научно подходить к пониманию общей сути управленческих, в том числе координационных, проблем, структур, функций и процессов,
- принципы организации анализа коммуникативных отношений и процессов принятия управленческих решений, формирования сети отношений с клиентами и т.д.



- - методы организации производства различного уровня серийности, владеет методами расчета выпуска в зависимости от набора технологического оборудования;
- владеет информацией об организационно-правовых формах предприятий использующих инновационные технологии, законодательных требованиях к процессам организации производства, методах расчета экономической эффективности деятельности фирм; владеет информацией о различных типах систем управления, их эффективности в зависимости от размера и характера производства, умеет использовать различные методы действующих систем управления с целью выявления узких мест и направлений их развития.
- знает закономерности текущего этапа экономического развития, способен анализировать его причины и следствия.

*уметь:*

- использовать основные методы инновационного менеджмента;
- проводить анализ маркетинговых перспектив продукции и определять направления формирования инновационной продукции;
- участвовать в определении направлений исследования, разработки и последующем внедрении технологических и продуктовых инноваций;
- проводить оценку инвестиционных проектов, направленных на получение технологических инноваций, при различных условиях инвестирования и финансирования;
- находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею, на основе технологических инноваций;
- проводить анализ показателей результативности инноваций и методов их формирования;

*владеть:*

- методами выявления перспективных направлений развития технологий, формирования рыночной привлекательности продуктов и оценки перспектив внедрения инновационной продукции;
- способами выявления, анализа и использования различной информации для принятия управленческих решений;
- информацией об организационно-правовых формах предприятий использующих инновационные технологии и законодательных требованиях к процессам организации производства;
- методами расчета экономической эффективности деятельности фирм;
- информацией о различных типах систем управления, иерархий этих систем, их эффективности в зависимости от размера и характера производства.

**Аннотация**  
**программы дисциплины**  
**«Международный маркетинг»**

подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент»

профиль «Маркетинг»

**Цели и задачи дисциплины:**

Цель курса - дать студентам базовые знания по маркетинговым аспектам внешнеэкономической деятельности как интегрирующей функции системы Международного менеджмента.

Задачи курса. Для успешного включения российских предприятий в мирохозяйственные связи и получения устойчивых положительных результатов от участия в международном разделении труда перед студентами ставится задача овладения знаниями, умением и навыками использования активных инструментов международного маркетинга в своей практической профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в структуре ООП:** дисциплина «Международный маркетинг» является дисциплиной по выбору Профессионального цикла дисциплин.

**Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-25 ; ПК-27; ПК-29; ПК-30.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- цели, задачи, объект и предмет изучения «международный маркетинг»,
- специфику маркетинговой деятельности на зарубежных рынках,
- функции маркетинга внешнеэкономической деятельности,
- виды и особенности конкурентной борьбы на международных рынках,
- существующие виды и типы маркетинга, ценовые и товарные стратегии, используемые в практике международного маркетинга;

*уметь:*

- ставить задачи управления маркетинговой деятельностью на внешних рынках, а также решать наиболее распространенные из них;
- разрабатывать комплекс мероприятий маркетинга во внешнеэкономической деятельности фирмы;

*владеть:*

- методами анализа зарубежных рынков;
- подходами в изучении национальных особенностей восприятия и спроса;
- методами оценки эффективности маркетинговых мероприятий применительно к внешнеэкономической деятельности.

### **Литература к ООП**

1. Данько Т.П. Управление маркетингом. Учебник. Изд-во 3-е. – М.: ИНФРА-М, 2009.- 363 с.
2. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. – СПб.: Питер, 2007. – 800 с.
3. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. 4-е. изд. – СПб.: Питер, 2007.- 544 с.
4. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2010 г. – 576 с.
5. Капон Н., Колчанов В., Махалберт Дж. Управление маркетингом.
6. Учебник для вузов. СПб.:Питер, 2010. – 832
7. Соловьев Б.А. Маркетинг. Учебник. М.: ИНФРА-М, 2009. – 383 с.
8. Соколов Ю.И., Шобанов А.В. Маркетинговые стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия. Учебное пособие. М.: МИИТ, 2004. – 160 с.
9. Авдокушин Е.Ф.Маркетинг в международном бизнесе: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2008. – 328 с.
- 10.Акулич М.В. Исследование рынков в практике международного бизнеса //Маркетинг в России и за рубежом, №5, 2001
- 11.Барсукова С.В. Международный маркетинг (материалы к лекциям): Учебное пособие. М.:Финансовая академия при правительстве РФ, 2007. – 248 с.
- 12.Галабурда В.Г. Стратегический маркетинг. Курс лекций. М.: МИИТ, 2004.
- 13.Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: Учебное пособие. – М.: Издательский дом «Дашков и Ко», 2009. – 412 с.
- 14.Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 2010. – 736 с.
- 15.Международные экономические отношения: Учебник для вузов / В.Е.Рыбалкин, Ю.А.Щербанин, Л.В.Балдин и др.; Под ред. проф. В.Е.Рыбалкина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 503 с.
- 16.Международный маркетинг: учеб. Пособие для вузов /Под ред. Г.А.Васильева, Л.А.Ибрагимовой. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2010. – 199с.
- 17.Моисеева Н.К. Международный маркетинг: Учебное пособие. М.: Центр экономики и маркетинга, 2008.

18. Назаренко В.М., Назаренко К.С. Транспортное обеспечение внешнеэкономической деятельности. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2009 - 512 с.
19. Плужников К.И. Транспортное экспедирование: Учеб. – М.: Рос-Консульт, 2007. – 576 с.
20. Черенков В.И. Международный маркетинг: учебное пособие. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2009. – 848 с.
21. Андреева О.Д. Технология бизнеса: маркетинг. М., Дело, 2010.
22. Ансофф И. Стратегическое управление, М. Экономка, 2010 г.
23. Белорусов А.С., Международный менеджмент, М., Юрист, 2007.
24. Вайсман А., Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху, М. Интерэксперт-Экономика, 2007.
25. Голубков Е., Маркетинг: стратегии, планы, структуры, М., Дело, 2010 г.
26. **Журналы:** «Маркетинг в России и за рубежом», «Новости маркетинга»

## **Разработчики ООП**

Московский государственный университет путей сообщения (МИИТ)

Институт экономики и финансов

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»:

д.э.н., профессор Галабурда В.Г.,

к.т.н., доцент Иванова Е.А.