

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

САЕ Сибирский институт будущего



УТВЕРЖДАЮ:

Директор САЕ

Л.П. Борило

« 1 » сентября 20 23 г.

Рабочая программа дисциплины

Анализ зарубежных рынков

по направлению подготовки
41.04.05 Международные отношения

Направленность (профиль) подготовки:
Евразийская интеграция: политика, право, торгово-экономическое взаимодействие

Форма обучения
Очная

Квалификация
Магистр

Год приема
2023

Код дисциплины в учебном плане: Б1.О.ДВ.2.1

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

С.М. Юн

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.

ОПК-2 Способен оценивать, моделировать и прогнозировать социально-экономические и общественно-политические процессы разного уровня в соответствии с запросом заказчика и разрабатывать рекомендации.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК-1.1 Выявляет проблемную ситуацию, на основе системного подхода осуществляет её многофакторный анализ и диагностику.

ИУК-1.2 Осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации.

ИУК-1.3 Предлагает и обосновывает стратегию действий с учетом ограничений, рисков и возможных последствий.

ИОПК-2.1 Выявляет потенциальных заказчиков и совместно с ними формулирует заказ на исследование, определяет общие параметры итогового продукта, разрабатывает программу проведения исследования.

ИОПК-2.3 Обобщает результаты экспертно-аналитического исследования в соответствии с заданными параметрами итогового продукта, готовит рекомендации по принятию управленческих решений на основе представленных оценок.

2. Задачи освоения дисциплины

– Освоить понятийный аппарат, применяемый в сфере внешнеэкономической деятельности (ВЭД), получить понимание об инфраструктуре поддержки экспорта в России, а также основных субъекта ВЭД.

– Научиться применять понятийный аппарат, применяемый участниками сферы ВЭД, для решения практических задач в профессиональной деятельности, в том числе для подготовки маркетинговых исследований, а также проработки конкретных решений по продвижению продукции на внешние рынки.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, предлагается обучающимся на выбор.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Второй семестр, зачет с оценкой.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: Международный маркетинг, Экспортная деятельность предприятия.

6. Язык реализации

Русский.

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часов, из которых:

- практические занятия: 30 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Введение в курс

Рассматривается отличие курса от других учебных дисциплин, ориентированных на изучение международной торговли. Актуализируются вопросы необходимости овладения основами экспортной политики в свете различных траекторий карьеры обучающихся. Дается обзор алгоритма продвижения на экспорт «Товар-рынок».

Тема 2. Основные инструменты анализа рынка

Изучаются информационные источники статистических данных, необходимых для проведения анализа конкретных зарубежных рынков.

Тема 3. Риски ВЭД

Рассматриваются условия и факторы риска, с которыми сталкиваются экспортеры продукции и услуг.

Тема 4. «Бизнес-страноведение».

Изучаются особенности подхода, а также инструментарий сбора и анализа информации по стране/региону, которые выступают в качестве адресного рынка.

Тема 5. Торговые барьеры

Изучаются понятие и виды торговых барьеров. Источники информации о торговых барьерах. Пути и способы их преодоления/обхода.

Тема 6. Конкуренция и точки входа

Виды конкуренции, сбор и систематизация информации в отношении конкурентов. Анализ деятельности конкурентов с точки зрения оптимизации и повышения эффективности собственной экспортной политики.

Точки входа: поиск потенциального партнера путем анализа открытых источников информации, мониторинга электронных маркетплейсов, участия в бизнес-миссиях, выставочных мероприятиях и пр.

Тема 7. Разработка индивидуального проекта.

Подготовка и презентация индивидуального практического исследования по продвижению товара между двумя произвольно выбранными государствами на территории Евразии.

Тема 8. Продвижение на экспорт с позиции региональных органов государственной власти.

Изучаются основные алгоритмы использования инструментов анализа рынка при подготовке управленческих решений профильным подразделением регионального органа власти.

Тема 9. Разработка проекта в «региональной» группе.

Подготовка и презентация группового практического исследования (2-3 человека) по продвижению товара на экспорт с территории России на территорию одной из стран Евразии (регион Центральной Азии, Ближнего Востока, Юго-Восточной Азии и т.п.) с использованием ресурсов регионального органа государственной власти и региональной Торгово-промышленной палаты.

Тема 10. Деловая журналистика.

Рассматриваются примеры и алгоритмы использования инструментов анализа рынка в работе профильных деловых изданий.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов по лекционному материалу, деловых игр по темам, выполнения домашних заданий, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет с оценкой во Втором семестре проводится в виде выполнения письменных аналитических записок (маркетинговых исследований) по проблематике продвижения продукции на экспорт в одну из стран Евразии. Всего студент должен подготовить три исследования по следующим категориям:

1. Продвижение товара на экспорт между двумя произвольно выбранными странами.
2. Продвижение товара с территории России в одну из стран Евразии (групповой проект).
3. Подготовка информационно-аналитического материала в сфере деловой журналистики.

Оценка выставляется при обязательном выполнении всех трех исследований.

Техническое задание для подготовки исследования содержит 5 пунктов. Шкала и критерии оценивания каждого из пунктов технического задания информационно-аналитической справки:

Критерий	Количество баллов
Выполнены все задания пункта технического задания без серьезных погрешностей	1
Выполнены около половины заданий пункта технического задания без серьезных погрешностей, остальные задания не выполнены или выполнены с серьезными погрешностями	0,5
Выполнены около половины заданий пункта технического задания с серьезными погрешностями, остальные задания не выполнены	0

Максимальное количество баллов за исследование – 5 баллов. Минимальное требуемое количество баллов за письменную работу – 2,5 балла.

Результаты зачета с оценкой определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

В рамках курса используется подсчет баллов за различные виды работы студентов:

- работа на семинарах: максимум 5 баллов;
- выполнение промежуточных письменных заданий: максимум 2 балла;
- подготовка трех исследований: максимум 15 баллов.

Итоговая оценка за учебный курс выставляется в соответствии со следующей шкалой:

- «Отлично»: 17-22 баллов
- «Хорошо»: 12-16 баллов
- «Удовлетворительно»: 9-11 баллов
- «Неудовлетворительно»: 8 баллов и меньше

11. Учебно-методическое обеспечение

- а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=31559>
- б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.
- в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.
- г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

1. Основная литература:

- Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник для вузов. Москва: Магистр, 2022.
Резник Г.А. Маркетинг. Учебное пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2021.
Игрунова О.М., Манакова Е. В., Прима Я.Г. Маркетинговые исследования: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2017.
Годин С. Это маркетинг. О чем стоит задуматься каждому маркетологу, который хочет стать №1. М.: Бомбора, 2021.

2. Дополнительная литература:

- Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования. Учебник. М.: Юрайт, 2019.
Международный бизнес: Учебное издание. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2022.
Кайдашова А.К. Международный маркетинг: Учебное пособие. М.: Флинта, 2020.
Ха-Джун Чанг. Как устроена экономика. М.: Mann, Ivanov and Ferber, 2018.

3. Электронные ресурсы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ. <http://www.lib.tsu.ru/>
Информационная база международной торговой статистики. <https://www.trademap.org/>
Открытая база данных кодов ТН ВЭД <https://tnved.info/>
Официальный сайт Федеральной таможенной службы России. <http://customs.gov.ru/>
Портал открытых данных Федеральной таможенной службы России. <https://customsonline.ru/>
Российский экспортный центр. <https://www.exportcenter.ru/>
Официальный сайт Минпромторга России. <http://www.minpromtorg.gov.ru/>
Поисковый ресурс Гугл трендс. <https://trends.google.ru/trends/?geo=RU>

13. Перечень информационных технологий

- а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:
 - Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
 - публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).
- б) информационные справочные системы:
 - Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
 - Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
 - ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
 - ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
 - Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
 - ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
 - ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Беляев Эдуард Владимирович – советник при ректорате, старший преподаватель кафедры мировой политики факультета исторических и политических наук.