


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

САЕ Сибирский институт будущего

УТВЕРЖДАЮ:

Директор САЕ

 Л.Н. Борило

« 15 » сентября 2022 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  
**2022**

Код дисциплины в учебном плане: Б1.О.ДВ.3.1

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-2.2. Реконструирует социально-экономические и общественно-политические процессы различных уровней; использует методы моделирования для интерпретации, оценки и прогнозирования изучаемых процессов, в том числе с применением информационно-коммуникационных технологий;

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 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.).

### Тема 8. Разработка индивидуального проекта.

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

## 9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль осуществляется по результатам посещения и активности студента в ходе занятий, а также на основании результатов выполнения им заданий, которые преподаватель дает в рамках изучения каждой из тем.

## 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 с территории России на территорию страны постсоветского пространства.
2. Продвижение товара с территории России в страну Дальнего зарубежья.
3. Продвижение товара по произвольному географическому выбору (групповой проект).

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».

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

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 OneNote, 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.