

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.06.2025 15:48:40
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9531e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

05.12.2025 г.
протокол № 4
И.о. зав. кафедрой Маркова Т.Л.

Утверждена
Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования

16 декабря 2025 г.
протокол № 4
Председатель Карх Д.А.
(подпись)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Деловой английский язык
Направление подготовки	38.03.01 Экономика
Профиль	Внешнеэкономическая и таможенная деятельность
Форма обучения	очная
Год набора	2026
Разработана:	
Ст. преподаватель	
Первухина И.В.	

Екатеринбург
2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	4
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	7
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	8
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	15
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	19
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	19
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	19
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	20

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 954)
---------	--

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Деловой английский язык» является формирование коммуникативной языковой компетенции, для подготовки к осуществлению деятельности в различных сферах экономики, где рабочим языком является иностранный. Коммуникативная языковая компетенция состоит из лингвистического, социолингвистического и прагматического компонентов. Каждый из компонентов включает в себя определенные знания, умения и навыки, а именно:

Лингвистический компонент: знание лексики, фонетики и грамматики иностранного языка.

Социолингвистический компонент: знание правил и норм использования иностранного языка в различных типовых ситуациях общения.

Прагматический компонент: умение пользоваться языковыми средствами в определенных функциональных целях.

Формирование коммуникативной языковой компетенции реализуется во всех основных видах речевой деятельности: чтение (ознакомительное и изучающее), слушание, говорение (диалогическое и монологическое), письмо.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация	Часов				З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)		Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 3					
Зачет с оценкой	144	64	64	80	4
Семестр 4					
Зачет с оценкой	144	64	64	80	4
Семестр 5					
Зачет с оценкой	72	48	48	24	2
Семестр 6					
Зачет с оценкой	144	64	64	80	4
Семестр 7					
Зачет с оценкой	72	48	48	24	2
	576	288	288	288	16

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД-1. УК-4 Знать: литературную форму государственного языка, основы устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного языка, требования к деловой коммуникации
	ИД-2. УК-4 Уметь: выражать свои мысли на государственном, родном и иностранном языке в ситуации деловой коммуникации
	ИД-3. УК-4 Иметь практический опыт составления текстов на государственном и родном языках, опыт перевода текстов с иностранного языка на родной, опыт говорения на государственном и иностранном языках.

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
организационно-управленческий	

<p>ПК-1 Подготовка к заключению внешнеэкономического контракта</p>	<p>ИД-1.ПК-1 Знать:</p> <p>Основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки</p> <p>Нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность</p> <p>Международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли</p> <p>Методы и инструменты работы с базами данных внешних рынков</p> <p>Методы работы с источниками маркетинговой информации о внешних рынках</p> <p>Методы разработки рекламной информации для внешних рынков</p> <p>Инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках</p> <p>Основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций</p> <p>Документооборот внешнеэкономических сделок</p> <p>Условия внешнеэкономического контракта</p> <p>Нормы этики и делового общения с иностранными партнерами</p> <p>Маркетинг и особенности ценообразования</p> <p>Этика делового общения и правила ведения переговоров</p> <p>Английский язык (пороговый уровень В1)</p> <p>Основы экономической теории</p> <p>Основы трудового законодательства Российской Федерации</p> <p>Правила административного документооборота</p> <p>Порядок составления установленной отчетности</p> <p>Правила пожарной безопасности</p> <p>Требования охраны труда</p>
	<p>ИД-2.ПК-1 Уметь:</p> <p>Использовать вычислительную, копировальную, вспомогательную технику и различные виды телекоммуникационной связи</p> <p>Разрабатывать тексты рекламной информации о продукции организации на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках</p> <p>Осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеэкономического контракта</p> <p>Осуществлять взаимодействие с участниками внешнеэкономического контракта</p> <p>Подготавливать коммерческие предложения, запросы</p> <p>Оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов</p> <p>Составлять отчеты и готовить предложения по вопросам заключения внешнеэкономического контракта</p> <p>Проверять необходимую документацию для заключения внешнеэкономического контракта</p> <p>Составлять проект внешнеэкономического контракта</p>

<p>ПК-1 Подготовка к заключению внешнеэкономического контракта</p>	<p>ИД-3.ПК-1 Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> Организации рекламы продукции организации для распространения на внешних рынках Оценки результативности распространения на внешних рынках рекламной информации о продукции организации в зависимости от каналов распространения Поиска и анализа информации о потенциальных партнерах на внешних рынках Направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеэкономического контракта Проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках Проведения предварительного анализа целесообразности участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом в целях привлечения потенциальных партнеров Составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеэкономического контракта (перечень разногласий) Документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеэкономического контракта Подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках Формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеэкономического контракта Обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеэкономического контракта Формирования проекта внешнеэкономического контракта Осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеэкономического контракта Подготовки процедуры подписания внешнеэкономического контракта с контрагентом
<p>ПК-2 Документарное сопровождение внешнеэкономического контракта</p>	<p>ИД-1.ПК-2 Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> Нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность Стандарты и требования внешних рынков к продукции Методы и основы системного анализа внешнеэкономической информации Правила оформления документации по внешнеэкономическому контракту Порядок документооборота в организации Условия внешнеэкономического контракта Этика делового общения и правила ведения переговоров Маркетинг и особенности ценообразования Английский язык (пороговый уровень В1) Основы экономической теории Основы трудового законодательства Российской Федерации Правила административного документооборота Порядок составления установленной отчетности Правила пожарной безопасности Требования охраны труда

ПК-2 Документарное сопровождение внешнеэкономического контракта	ИД-2.ПК-2 Уметь: Использовать вычислительную, копировальную, вспомогательную технику и различные виды телекоммуникационной связи Вести базы данных документации по внешнеэкономическому контракту Оформлять документацию по внешнеэкономической деятельности в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов Выстраивать взаимодействие с подразделениями организации для организации документооборота по внешнеэкономическому контракту
	ИД-3.ПК-2 Иметь практический опыт: Формирования реестра документации по внешнеэкономическому контракту Регистрации документации по внешнеэкономическому контракту Осуществления учета и систематизации хранения документации по внешнеэкономическому контракту Формирования дел и сдача в архив документации по внешнеэкономическому контракту Составления и оформления отчетов по результатам проверок документации по внешнеэкономическому контракту

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						
	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 3		50					
Тема 1.	Структура транснациональной компании (УК-4, ПК-1, ПК-2)	50			22	28	
Семестр 3		52					
Тема 2.	Менеджмент - искусство или наука? (УК-4, ПК-1, ПК-2)	52			24	28	
Семестр 3		42					
Тема 3.	Мотивация и лидерство в междугородном менеджменте (УК-4, ПК-1, ПК-2)	42			18	24	
Семестр 4		66					
Тема 4.	Маркетинг в системе международного бизнеса (УК-4, ПК-1, ПК-2)	66			30	36	
Семестр 4		78					
Тема 5.	Маркетинговые исследования (УК-4, ПК-1, ПК-2)	78			34	44	
Семестр 5		36					
Тема 6.	Продукт и мировые бренды. Бренд менеджмент (УК-4, ПК-1, ПК-2)	36			24	12	
Семестр 5		36					
Тема 7.	Продвижение продукта (УК-4, ПК-1, ПК-2)	36			24	12	
Семестр 6		144					
Тема 8.	Реклама (УК-4, ПК-1, ПК-2)	144			64	80	

Семестр 7		72				
Тема 9.	Ценообразование (УК-4, ПК-1, ПК-2)	36			24	12
Тема 10.	Каналы сбыта (УК-4, ПК-1, ПК-2)	36			24	12

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 1	Кейс (Приложение 4)	Предлагается решение проблемного задания на закрепление материала и практическое применение полученных знаний	Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимально - 10 баллов
Тема 2, 3	WebQuest (Приложение 4)	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимально - 10 баллов

Тема 3	Проект (Приложение 4)	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) разнообразие лексики. Максимально - 10 баллов
Тема 4	Проект (Приложение 4)	Индивидуальный проект предполагает описание элементов маркетингового комплекса компании (по выбору студента).	Оценивается логика и аргументированность изложения материала, и соответствие лексическим, грамматическим и стилистическим нормам языка Максимальное количество баллов - 10 баллов
Тема 4-5	Групповой проект (Приложение 4)	Групповой проект предполагает разработку и презентацию концепции продукта (по выбору).	Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде; д) разнообразие лексики. Максимально - 10 баллов

Тема 4-5	Кейс (Приложение 4)	Предлагается решение проблемного задания на закрепление материала т практическое применение полученных знаний	Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимально - 10 баллов
Тема 6	Монологическое высказывание (Приложение 4)	Частичное регламентированное задание, позволяющее диагностировать навыки устной подготовленной речи	Оценивается а) умение доказательно и логично излагать свои мысли и делать выводы, б) соблюдать грамматические, лексические, синтаксические нормы в построении предложений, в) разнообразие лексики. Максимально - 10 баллов
Тема 6-7	Кейс (Приложение 4)	Предлагается решение проблемного задания на закрепление материала т практическое применение полученных знаний	Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимально - 10 баллов

Тема 6-7	Монологическое высказывание (Приложение 4)	Частичное регламентированное задание, позволяющее диагностировать навыки устной подготовленной речи	Оценивается а) умение доказательно и логично излагать свои мысли и делать выводы, б) соблюдать грамматические, лексические, синтаксические нормы в построении предложений, в) разнообразие лексики. Максимально - 10 баллов
Тема 8	Кейс (Приложение 4)	Предлагается решение проблемного задания на закрепление материала и практическое применение полученных знаний.	Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимально - 10 баллов
Тема 8	Тест (Приложение 4)	Задание на заполнение пропусков в предложениях.	Оценивается знание лексического материала по изученной теме. Максимально - 10 баллов

Тема 8	Эссе (Приложение 4)	Письменная работа, предполагающая выражение собственной точки зрения по вопросу или проблеме в соответствии с требованиями: следовать структуре эссе, излагать свои мысли логично и последовательно.	Оценивается умение доказательно и логично излагать свои мысли и делать выводы, соблюдать грамматические, лексические, синтаксические нормы в построении предложений, в) разнообразие лексики. Максимально - 10 баллов
Тема 9	Дискуссия (Приложение 4)	Предлагается решение проблемного задания на закрепление материала и практическое применение полученных знаний	Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры. Максимально - 10 баллов
Тема 10	Дискуссия (парная работа)	Предлагается решение проблемного задания на закрепление материала и практическое применение полученных знаний	Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимально - 10 баллов

Тема 9, 10	Кейс (Приложение 4)	Предлагается решение проблемного задания на закрепление материала т практическое применение полученных знаний	Оценивается а) умение аргументировано, структурировано излагать на иностранном языке факты б) анализировать ситуацию, ставить цели и задачи в) уместное использование средств визуальной опоры; г) умение работать в команде. Максимально - 10 баллов
------------	---------------------	---	---

Промежуточная аттестация(Приложение 5)

3 семестр (ЗаО)	Билет для зачета с оценкой (Приложение 5)	Билет состоит из двух заданий: (1) выполнить лексический тест; (2) сделать сообщение на предложенную тему	50-100 %
4 семестр (ЗаО)	Билет для зачета с оценкой (Приложение 5)	Билет состоит из двух заданий: (1) выполнить лексический тест; (2) сделать сообщение на предложенную тему	50-100 %
5 семестр (ЗаО)	Билет для зачета с оценкой (Приложение 5)	Билет состоит из двух заданий: (1) выполнить лексический тест; (2) сделать сообщение на предложенную тему	50-100 %
6 семестр (ЗаО)	Билет для зачета с оценкой (Приложение 5)	Билет состоит из двух заданий: (1) пересказать текст на английском языке и ответить на вопросы преподавателя; (2) сделать сообщение на предложенную тему	50-100%
7 семестр (ЗаО)	Билет для зачета с оценкой (Приложение 5)	Билет состоит из двух заданий: (1) пересказать текст на английском языке и ответить на вопросы преподавателя; (2) сделать сообщение на предложенную тему	50-100%

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущий контроль. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течение семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущего контроля, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончании дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончании формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 1. Структура транснациональной компании (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Правовые формы организации бизнеса. Индивидуальный предприниматель. Партнерство. Акционерные общества. Достоинства и недостатки разных форм правовой организации бизнеса. Организационная структура компании.

Тема 2. Менеджмент - искусство или наука? (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Что такое менеджмент? Питер Друкер и теория менеджмента. Основные функции менеджера. Различия функций линейного и топ менеджера. Основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности. Менеджмент и стратегическое планирование

Тема 3. Мотивация и лидерство в междугородном менеджменте (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Характеристики лидера. Теории мотивации. Фредерик Тейлор и теория научной организации труда. Пирамида потребностей А. Маслоу. Теория «двух факторов» Ханцбергера. Теории Х и У Макгрегора. Теория Z Оучи. Этика делового общения и правила ведения переговоров.

Тема 4. Маркетинг в системе международного бизнеса (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Основные теории в области коммерческой деятельности (selling and marketing concepts). Типы и виды рынков. Маркетинговый комплекс компании: продукт, цена, каналы сбыта, продвижение товара на рынок. Маркетинг и особенности ценообразования. Основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций.

Тема 5. Маркетинговые исследования (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Важность маркетинговых исследований. Сегментация рынка. Типы маркетинговых исследований. Первичные маркетинговые исследования (field research). Вторичные маркетинговые исследования (desk research).

Тема 6. Продукт и мировые бренды. Бренд менеджмент (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Характеристики продукта. Отличие продукта от бренда. Продуктовая линейка, ассортимент продуктов. Жизненный цикл продукта. Способы повышения эффективности бренда (расширение бренда). Ведущие мировые бренды. Стандарты и требования внешних рынков к продукции

Тема 7. Продвижение продукта (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Составные процесса стимулирования спроса на товар: реклама, создание общественного имиджа, стимулирование продаж, и прямые продажи. Достоинства и недостатки каждой составляющей. Инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках.

Тема 8. Реклама (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Реклама как составная процесса стимулирования спроса на товар. Характеристики эффективной рекламы. Модель AIDA. Способы убеждения покупателя. Транснациональные рекламные кампании: успехи и провалы. Методы разработки рекламной информации для внешних рынках.

Тема 9. Ценообразование (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Важность ценообразования в маркетинговой деятельности компании. Факторы, влияющие на ценообразование. Стратегии ценообразования.

Тема 10. Каналы сбыта (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Место каналов сбыта в маркетинговом комплексе компании. Виды и типы каналов сбыта. Их преимущества и недостатки. Функции посредников.

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 2. Менеджмент - искусство или наука? (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Что такое менеджмент? Обсуждение вклада Питера Дрюкера в теорию менеджмента. Рассмотрение основных функций менеджера и существующих различий функций линейного и топ менеджера. Каковы основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности?. Менеджмент и стратегическое планирование

Тема 3. Мотивация и лидерство в междугородном менеджменте (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Опишите характеристики лидера. Какие теории мотивации вам известны? В чем особенности теории Фредерика Тейлора научной организации труда? Что такое Пирамида потребностей А. Маслоу? Опишите теорию «двух факторов» Ханцбергера. Опишите особенности Теории Х и У Макгрегора и теория Z Оучи. Этика делового общения и правила ведения переговоров.

Тема 4. Маркетинг в системе международного бизнеса (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Каково отличие между основными теориями в области коммерческой деятельности (selling and marketing concepts). Какие типы и виды рынков вы знаете? Опишите маркетинговый комплекс компании: продукт, цена, каналы сбыта, продвижение товара на рынок. Маркетинг и особенности ценообразования. Основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций.

Тема 5. Маркетинговые исследования (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Насколько важны маркетинговых исследований? Как происходит сегментация рынка? Какие типы маркетинговых исследований вам известны? В чем отличие первичных маркетинговых исследований (field research) от вторичных маркетинговых исследований (desk research)?

Тема 6. Продукт и мировые бренды. Бренд менеджмент (УК-4, ПК-1, ПК-2)

В чем отличие продукта от бренда? Как формируется продуктовая линейка, ассортимент продуктов. Опишите жизненный цикл продукта. Как можно повысить эффективности бренда (расширение бренда)? Стандарты и требования внешних рынков к продукции.

Тема 7. Продвижение продукта (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Опишите составные процесса стимулирования спроса на товар. Опишите достоинства и недостатки составных процесса стимулирования спроса (реклама, создание общественного имиджа, стимулирование продаж, и прямые продажи). Инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках.

Тема 8. Реклама (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Опишите функции рекламы. Опишите характеристики эффективной рекламы. Что такое модель AIDA? Какие существуют способы убеждения покупателя? Транснациональные рекламные кампании: приведите примеры успехов и провалов. Опишите методы разработки рекламной информации для внешних рынков

Тема 9. Ценообразование (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Почему ценообразование является важным элементом маркетингового комплекса компании? Какие факторы влияют на ценообразование? Какие стратегии ценообразования вы знаете?

Проиллюстрируйте стратегии ценообразования, используя примеры различных компаний, функционирующих на российских рынках товаров и услуг.

Тема 10. Каналы сбыта (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Какова роль и назначение каналов сбыта в маркетинговом комплексе компании? Какие виды и типы каналов сбыта существуют? Охарактеризуйте их преимущества и недостатки. В чем заключаются функции посредников? Приведите примеры компаний, использующих различные виды каналов сбыта.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ

Не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося

Материалы не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы

не предусмотрено

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

2. Маркова Т. Л., Никифорова М. В., Пирожкова И. С. Грамматика английского глагола [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: УрГЭУ, 2022. - 99 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/resource/limit/ump/22/p494491.pdf>

Дополнительная литература:

2. Маркова Т. Л. INTERNATIONAL MANAGEMENT [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2014. - 103 – Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/14/p482014.pdf>

3. Андриевских С. С., Бороненкова Н. Л., Дроздова И. Б., Лапина В. Ю., Николаева Н. А., Николаева Н. А. Economics for Everyone [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Екатеринбург: [Издательство УрГЭУ], 2015. - 256 – Режим доступа: <http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/16/p486192.pdf>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор №0417-ПО/2019 от 08.05.2019, Акт №Sk000343 от 24.05.2019 и Контракт № 35-У/2018 от 13.06.2018, Акт № УТ213 от 17.12.2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии - без ограничения срока

Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 143/223-У/2025 от 02.12.2025 Срок действия лицензии до 31.12.2026

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

Семестр 3

Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету

1. What are advantages of different forms of business ownership?
2. What are disadvantages of different forms of business ownership?
3. What are advantages of different organizational structures?
4. What are disadvantages of different organizational structures?
5. What are the functions of managers at different levels of corporate structure (Board of directors, CEO, middle management, line management)?
6. What are the key functions of top managers?
7. What are the key functions of middle managers?
8. What is Peter Ducker's contribution into the science of management?
9. Is management art or science?
10. What is the difference between a manager and a leader?
11. What are the features of a leader?
12. What leadership styles are you aware of?
13. Is there a difference between a male and female management style?
14. What is the glass ceiling syndrome?
15. What are the principles of good time management?
16. What is the management skills pyramid?
17. What ways of developing leadership skills are you aware of?
18. What is stress? What causes stress?
19. What techniques can be used to overcome stress?
20. What theories of management do you know?
21. What classic theories of motivation can managers apply to encourage their staff to perform?
22. What classic theories of motivation can managers apply to encourage their staff to perform?
23. What modern theories of motivation can managers apply to encourage their staff to perform?
24. What methods of financial motivation can managers use to encourage their staff to perform?
25. What methods of non-financial motivation can managers use to encourage their staff to perform?
26. How do companies motivate staff to work more effectively?
27. What is flexitime? What flexible work arrangements do you know?
28. What is performance appraisal?
29. Give examples of different fringe benefits.
30. Why is it essential to motivate staff?

Семестр 4

Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету

1. What is marketing?
2. What is the selling concept?
3. What is the marketing concept?
4. What are market opportunities? Give your own examples.
5. What is the consumer market?
6. What are the components of the producer market?
7. What is market (marketing) research?

8. What are the types of market research?
9. What types of research techniques exist?
10. What are the pros of different research techniques?
11. What are the cons of different research techniques?
12. What is market segmentation?
13. What are the types of market segmentation?
14. Illustrate market segmentation with your own examples.
15. What are the key principles of designing a questionnaire?
16. What mistakes are typically made while designing the questionnaire?
17. What is a customer profile? How is it compiled?
18. What is the Marketing Mix? Why is it essential in marketing?
19. What is Marketing Mix coherency? Illustrate with your own examples.
20. What is Marketing Mix dynamics? Illustrate with your own examples.
21. Explain Product as the element of the Marketing Mix using your own examples.
22. Why is packaging important? Illustrate with your own examples.
23. What is the Japanese understanding of quality? Illustrate with your own examples.
24. Explain Price as the element of the Marketing Mix using your own examples.
25. What pricing strategies are you aware of?
26. Explain Place as the element of the Marketing Mix using your own examples.
27. What channels of distribution do modern companies use?
28. Explain Promotion as the element of the Marketing Mix using your own examples.
29. What is an effective promotion campaign? Illustrate with your own examples.
30. Can you give examples of promotion campaigns that failed?

Семестр 5

Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету

1. What is a Product as the element of the Marketing Mix?
2. What does the concept of the total product include?
3. Products and brands: is it the same concept?
4. Can you describe the history of the brand of your choice?
5. What is a product line? Give your examples.
6. What is a product range? Give your examples.
7. What is the difference between a product line and a product range?
8. What is the importance of a product life cycle?
9. What are the stages of a product life cycle?
10. Illustrate a product life cycle with your own examples.
11. What affects the length of a product line?
12. What strategies can a company use to increase market share and profitability?
13. What is the difference between line filling and line stretching?
14. Illustrate with examples how line filling and line stretching can be used both successfully and unsuccessfully.
15. What is the difference between products and brands?
16. What is branding?
17. What branding strategies are you aware of? Illustrate with your own examples.
18. What types (categories) of brands do you know?
19. What is brand stretching? Illustrate with your own examples.
20. What is brand filling? Illustrate with your own examples.
21. Why do consumers need brands?
22. Why do producers need brands?

23. What are brands accused of? Why? Illustrate with your own examples.
24. How do young people perceive brands?
25. What strategies could producers use with regard to branding?
26. Illustrate with examples how different strategies can be used successfully.
27. Illustrate with examples how different strategies can be used unsuccessfully.
28. Is it always appropriate to use diversification strategy?
29. Can you give examples of taking a brand upmarket or down-market?
30. Illustrate with examples brand management mistakes.

Семестр 6

Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету

1. What is the Promotion Mix?
2. What is the function of the Promotion Mix?
3. What are the advantages and disadvantages of different components of the Promotion Mix?
4. What is advertising? What are its pros and cons?
5. Can you compare advertising with other promotional tools?
6. What is the function of advertising?
7. What are the types of advertising?
8. What are the pros of different advertising media?
9. What are the cons of different advertising media?
10. What is a brief?
11. What is a media plan?
12. What advertising methods do you know?
13. Which are the most effective advertising media in your opinion? Why?
14. Which are the least effective advertising media in your opinion? Why?
15. What factors are essential in making a good advertisement and successful advertising campaign?
16. Give examples of a good advertisement and successful advertising campaign.
17. What techniques do advertisers use to persuade consumers to buy a product or a service?
18. Give examples of the techniques advertisers use to persuade consumers to buy a product or a service.
19. What models do advertisers use to create effective ads?
20. Do you think advertising is an art?
21. Can you give examples of advertisers who can be called genuine artists?
22. Do you think advertising is a science?
23. What would the world be like without advertising? Illustrate your statements with examples.
24. How important are ethic issues in advertising?
25. Do you think advertising is a clever way of lying about products? Illustrate your statements with examples.
26. What factors are essential in making a good advertisement?
27. Why do advertisers tend to advertise products and services in social media?
28. What adverts have you seen or heard that you particularly liked? Why did you like it?
29. What adverts have you seen or heard that you particularly disliked? Why did you dislike it?
30. What is shocking advertising? Illustrate with your own examples.

Семестр 7

Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету

1. What is value-based pricing?
2. Why does value-based pricing require proper market research?

3. When is value-based pricing good?
4. What is perceived value?
5. What is cost-based pricing?
6. What expenses are usually calculated in cost-based pricing?
7. What is competitor-based (competition-based) pricing?
8. What are the disadvantages of competitor-based (competition-based) pricing?
9. How can competitor-based (competition-based) pricing help attract price-sensitive customers?
10. What is psychological pricing?
11. Why is psychological pricing effective?
12. What is price skimming?
13. What are the advantages of price skimming?
14. What is the main goal of price skimming?
15. What is dynamic pricing?
16. Why is dynamic pricing used across many different industries?
17. What are the core components of dynamic pricing?
18. What are the key components for a profitable pricing strategy?
19. What is a distribution channel?
20. What are direct distribution channels?
21. When does direct distribution work best?
22. What are indirect distribution channels?
23. What are the advantages of indirect distribution channels?
24. What should one take into account when choosing a distribution channel?
25. How do distribution channels impact marketing?
26. What are the advantages of the multi-channel marketing approach?
27. What are the 3 elements to consider when choosing market intermediaries?
28. Why are market intermediaries important?
29. How does the cost of distribution channels impact marketing?
30. What does a smart distribution strategy include?

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету с оценкой

Примерные практические задания к зачету

Семестр 3-5

1. Допуск к зачету

- Контрольное аудирование (в классе) (УК-4, ПК-1, ПК-2)

2. Give the English equivalents to the following Russian word and phrases (УК-4, ПК-1, ПК-2)

- 1) постоянное совершенствование
- 2) технические характеристики
- 3) отраслевые стандарты
- 4) клиент, не имеющий предпочтительного бренда
- 5) клиент, предпочитающий определенную торговую марку
- 6) рентабельность
- 7) возможности рынка
- 8) доля рынка
- 9) выстроить рыночную стратегию
- 10) стимулирование сбыта
- 11) нишевой продукт
- 12) приобретать товары и услуги
- 13) соотношение цены и качества
- 14) обеспечить качества продукта/услуги
- 15) создать образ социальной ответственности
- 16) платить премию
- 17) сохранить лидерство на рынке
- 18) барьер для входа на рынок
- 19) целевой рынок
- 20) вытеснять конкурентов с рынка

3. Speak about the chosen topic. Answer the teacher's questions if there are any. See the list of topic in Annex 1. (УК-4, ПК-1, ПК-2)

1. Допуск к зачету

- Контрольное аудирование (в классе) (УК-4, ПК-1, ПК-2)

2. Give the English equivalents to the following Russian word and phrases (УК-4, ПК-1, ПК-2)

- 1) продвижение продукта на рынок
- 2) связь с общественностью
- 3) рекламная кампания
- 4) стандартизация
- 5) «личные» продажи

- 6) скрытая реклама
- 7) рентабельность
- 8) «два по цене одного»
- 9) промоакция
- 10) средства массовой информации
- 11) стимулирование сбыта
- 12) нишевой продукт
- 13) приобретать товары и услуги
- 14) соотношение цены и качества
- 15) обеспечить качества продукта/услуги
- 16) создать образ социальной ответственности
- 17) платить премию
- 18) сохранить лидерство на рынке
- 19) барьер для входа на рынок
- 20) вытеснить конкурентов с рынка

3. Speak about the chosen topic. Answer the teacher's questions if there are any. See the list of topic in Annex 1. (УК-4, ПК-1, ПК-2)

Семестр 6-7

1. Допуск к зачету:

- Контрольное аудирование (в классе) (УК-4, ПК-1, ПК-2)
- Наличие глоссария. Проверка знания вокабуляра по темам (устно) (УК-4, ПК-1, ПК-2)

2. Read the text (~ 2000 symbols) and render it in English. Answer the teacher's questions if there are any (УК-4, ПК-1, ПК-2)

3. Speak about the chosen topic. Answer the teacher's questions if there are any. See the list of topic in Annex 1. (УК-4, ПК-1, ПК-2).

(sample text for rendering)

How not to name a new car

Companies that get it wrong risk both derision and outrage

Bestowing a name on a car, as on a child, is not to be taken lightly. By naming his progeny x æ a-xii, Elon Musk has condemned the boy to a lifetime of befuddled attempts at pronunciation ("ex ash ay twelve", for those wondering). Naming the first four models produced by Tesla, his car company, s, 3, x and y was equally asinine.

Yet model names that provoke derision or outrage are surprisingly common in the car business. The Ora Funky Cat, from a sub-brand of China's Great Wall Motors, was recently renamed the Ora 03, ostensibly as part of a new global brand strategy but mainly because it sounded daft. Peugeot's Bipper Teepee, now discontinued, was about as bad. (Peugeot is owned by Stellantis, whose largest shareholder, Exor, part-owns *The Economist*.) The Nissan Cedric, a large saloon on sale from 1960 until 2004, sounded like it belonged in the previous century. It eventually became the Datsun 200 series in many overseas markets.

Other examples are more off-putting. The Studebaker Dictator was renamed the Commander in 1938 (for obvious reasons), but not so the Suzuki Esteem (though it brought owners none) or Mitsubishi Carisma (it lacked any, and an “h”). Some carmakers have been caught out by unfortunate translations. Chevrolet’s Nova meant “no go” in Spanish, while the Mazda Laputa translated as “prostitute”. Ford’s Pinto (pictured) meant “small penis” in Brazilian slang. Employing letters and numbers is safer but not foolproof. The Toyota mr2 had to drop the *deux* in France: the full name sounded close to the word for “shit”.

Geopolitics has lately made naming a car even more treacherous. Xiaomi, a Chinese tech giant that has turned to carmaking, wants to brand the platform underpinning its inexpensive su7 saloon Modena. This happens to be the name of the Italian city where Ferrari (also part-owned by Exor) and Maserati (of Stellantis), two somewhat pricier European marques, hail from. That has incurred the displeasure of the city’s mayor and Italy’s minister for enterprise, and may fall foul of an Italian law banning the use of Italian place names for foreign products.

It is not only Chinese carmakers that have committed such faux pas. In April Alfa Romeo, one more Italian carmaker owned by Stellantis, was forced to hastily rebrand the Milano, a small suv, as the Junior days after it was launched. The car is made in Poland. Before long a foreign carmaker might try to win favour with Chinese customers by calling one of its models the Hangzhou, after the country’s carmaking heartland. They should think twice.

Possible questions:

1. In author’s opinion, what might be the sequence(s) of choosing the wrong name for a car?
2. Is this relevant with regard to other products?
3. Have you ever experienced facing the names that were translated from one language to another and communicated the wrong message?