

Аннотация дисциплины

Выведение товаров на азиатские рынки

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачётную единицу /36 академических часов. Является дисциплиной, включенной в часть, формируемую участниками образовательных отношений (факультативные дисциплины), изучается на 2 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий в объёме 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 18 часов.

Язык реализации: русский.

Цель дисциплины состоит в том, чтобы подготовить студентов к выработке и внедрению результативных решений в области выведения и продвижения российских товаров на азиатские рынки на основе принципов кросс-культурного маркетинга.

Задачи дисциплины: а) сформировать навыки организации и проведения кросс-культурных исследований азиатских рынков / поведения азиатских потребителей; б) научить студентов адаптировать комплекс маркетинга под требования культурной среды потребителей азиатских стран (язык; ценности и установки; обычаи и нравы; привычки и традиции; и проч.).

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: способность выстраивать образы будущего на основе новых тенденций в разных областях профессиональной деятельности; способность разрабатывать стратегии развития компании (корпоративную, бизнеса, функциональные), планы и программы их реализации; способность к построению систем менеджмента, в том числе комплекса маркетинга, для администрирования и управления компанией; способность создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.) полученные в

результате изучения дисциплин «Практический маркетинг», «Поведение потребителей и нейромаркетинг».

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Предпринимательский	ПК-4 Способен создавать и продвигать клиентоориентированные бизнесы на основе современных концепций развития потребителей (Customer Development, дизайн-мышление, сервисное мышление и т.д.)	ПК-4.3 Разрабатывает бизнес-планы компаний, новых направлений деятельности и мероприятий	– умеет отыскивать перспективные товарные рынки на азиатских рынках; – умеет планировать и проводить кросс-культурные исследования; – умеет разрабатывать программу продвижения товаров на азиатские рынки

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Выведение товаров на азиатские рынки» применяются следующие дистанционные образовательные технологии и методы / активного / интерактивного обучения: обратная связь онлайн посредством MS Teams, работа в малых группах, анализ конкретных ситуаций и проч.