

**Автономная некоммерческая организация
Дополнительного профессионального образования
«Академия ИТ-образования»**

«Утверждаю»

Директор АНО ДПО
«Академия ИТ-образования»

 Е.В. Романовская

30 июля 2026 г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА –
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

«Экспорт и продвижение ИТ-решений и услуг»

Объем программы (трудоемкость): 19 академических часов

Срок освоения программы — 3 учебных недели

Форма обучения: заочная (с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения)

г. Санкт-Петербург

2026 г.

ЛИСТ ОБНОВЛЕНИЙ И АКТУАЛИЗАЦИИ
дополнительной профессиональной программы
повышения квалификации
«Экспорт и продвижение ИТ-решений и услуг»

№ п/п	Дата внесения изменений в программу	Характер изменений	Дата и номер протокола согласований документа

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Характеристика программы:

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Экспорт и продвижение ИТ-решений и услуг» (далее – программа) является учебно-методическим нормативным документом, регламентирующим содержание, организационно-методические формы и трудоемкость обучения.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Экспорт и продвижение ИТ-решений и услуг» разработана в соответствии с нормами Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» с учетом требований приказа Минобрнауки России от 24 марта 2025 г. № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», профессионального стандарта "Специалист по внешнеэкономической деятельности" (утвержденного приказом Министерства труда социальной защиты РФ от 17 июня 2019 года N 409н) и Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (утв. приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. № 970).

1.2. Категория обучающихся: лица, имеющие высшее образование; лица, получающие высшее образование.

1.3. Объем программы (трудоемкость): общая трудоемкость 19 академических часов.

1.4. Срок освоения программы — 3 учебных недели

1.5. Форма обучения: заочная (с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения).

1.6. Документ, выдаваемый после завершения обучения: удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОГРАММЫ

2.1. Цель программы заключается в получении теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для эффективной деятельности в сфере продвижения ИТ-решений и услуг.

2.2. Задачи программы:

1. Формирование знаний об основах продвижения и экспорта ИТ-решений и услуг.
2. Формирование знаний и навыков в области маркетинга.
3. Формирование знаний и навыков практической организации экспорта.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

3.1. Программа направлена на совершенствование и приобретения новых компетенций для эффективной деятельности в сфере продвижения ИТ-решений и услуг.

3.2. В планируемых результатах обучения отражается связь с требованиями соответствующего профессионального стандарта “Специалист по внешнеэкономической деятельности” (утвержденного приказом Министерства труда социальной защиты РФ от

17 июня 2019 года N 409н) и требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (утв. приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. № 970).

3.3. Программа направлена на получение и совершенствование слушателями универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

В результате освоения программы слушатели будут обладать *универсальными компетенциями* (УК), включающими в себя способность:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

В результате освоения программы слушатели будут обладать *общепрофессиональными компетенциями* (ОПК):

ОПК-1. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;

ОПК-2. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;

ОПК-3. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

В результате освоения программы слушатели будут обладать *профессиональными компетенциями* (ПК):

ПК 1. Осуществлять экспорт и продвижение ИТ-решений и услуг.

ПК 2. Осуществлять исследование рынка и выбор стратегии.

3.4. Планируемым результатом обучения является освоение и совершенствование как теоретических знаний, так и практических умений, и навыков

В результате освоения программы обучающиеся

В результате освоения программы обучающиеся

Знать:

-актуальные тренды глобального ИТ-рынка и направления экспорта российских решений;

-особенности деловой культуры и бизнес-коммуникаций в ключевых зарубежных регионах (Китай, Индия, ЮВА, MENA);

-критерии оценки и методики анализа целевых зарубежных рынков (PESTEL, конкурентный анализ);

-правовые основы международной торговли, типы контрактов и механизмы защиты интеллектуальной собственности;

-стратегии выхода на международные рынки и инструменты продвижения ИТ-продуктов.

Уметь:

- выявлять перспективные сегменты и ниши на зарубежных ИТ-рынках;
- выстраивать коммуникацию и вести переговоры с зарубежными партнёрами;
- проводить комплексный анализ целевого зарубежного рынка;
- формировать правовую основу для выхода на международный рынок;
- разрабатывать и адаптировать стратегию выхода на зарубежные рынки;

Владеть:

- методами адаптации ИТ-решений и интерфейсов под культурные и технические требования разных стран;
- навыками межкультурной коммуникации и работы с возражениями в международной среде;
- инструментами маркетингового анализа и разработки стратегии продвижения на зарубежных рынках;
- навыками составления дорожной карты выхода на рынок и операционной карты экспорта;
- приемами анализа международных договоров и минимизации юридических рисков.

4. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной программы
повышения квалификации «Экспорт и продвижение ИТ-решений и услуг»

Цель обучения – заключается в получении теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для эффективной деятельности в сфере продвижения ИТ-решений и услуг.

Категория слушателей – лица, имеющие высшее образование; лица, получающие высшее образование.

Трудоемкость обучения: 19 академических часов.

Форма обучения: заочная (с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения).

№ п/п	Наименование компонентов программы	Трудоемкость, ак. ч. ¹				Форма контроля
		Всего	Видео- лекции/ Вебинары	Практически езанятия / Самостоятел ь-ная работа	Контроль	
1	Модуль 1. Основы экспорта и продвижения ИТ-решений и услуг	3	3	-		
1.1	Тема 1.1. Тренды ИТ-рынка и актуальность экспорта	1	1	-		

¹ Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

1.2	Тема 1.2. Преимущества и вызовы экспорта ИТ-услуг	1	1	-		
1.3	Тема 1.3. Кейсы успешных российских компаний	1	1	-		
2	Модуль 2. Межкультурное взаимодействие в ИТ-экспорте	2	1	1		
2.1	Тема 2.1. Особенности деловой культуры разных стран (на примере Китая, Индии, стран ЮВА, MENA и др. регионов)	1	1	-		
2.2	Тема 2.2. Практикум: адаптация продукта под культурные особенности, инструменты господдержки экспорта	1	-	1		
3.	Модуль 3. Анализ рынка и выбор стратегии	4	2	2		
3.1	Тема 3.1. Методики отбора ключевых регионов экспорта. Исследование спроса и конкурентов	2	2	-		
3.2	Тема 3.2. Практикум: составление карты рынка	1	-	1		
3.3	Промежуточная аттестация	1	-	1		Тестирование
4.	Модуль 4. Правовые аспекты экспорта и стандарты	3	2	1		
4.1	Тема 4.1. Контрактная база и защита ИС	2	2	-		
4.2	Тема 4.2. Практикум: анализ договоров	1	-	1		
5.	Модуль 5. Маркетинг и продвижение	3	2	1		
5.1	Тема 5.1. Маркетинговые стратегии выхода на зарубежный рынок	1	1	-		
5.2	Тема 5.2. Каналы коммуникации с зарубежными клиентами	1	1	-		
5.3	Тема 5.3. Практикум: разработка маркетинговой стратегии	1	-	1		
6	Модуль 6. Практические аспекты организации экспорта	3	2	1		
6.1	Тема 6.1. Ценообразование, логистика, расчеты, налоги	1	1	-		
6.2	Тема 6.2. Организация техподдержки	1	1	-		
6.3	Тема 6.3. Практикум: разработка экспортной операционной карты	1	-	1		

6	Итоговая аттестация (зачет)	1		1		Тестирование.
7	Итого	19	12	7		

5. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Экспорт и продвижение ИТ-решений и услуг»

Календарный график обучения является примерным, составляется и утверждается для каждой группы.

Срок освоения программы — 3 недели. Начало обучения — по мере набора группы.

Примерный режим занятий: 2-3 раз в неделю по 2-3 академических часа². Итоговая аттестация проводится согласно графику.

№ п/п	Наименование компонентов программы	1 неделя	2 неделя	3 неделя
1.	Модуль 1. Основы экспорта и продвижения ИТ-решений и услуг	3		
2.	Модуль 2. Межкультурное взаимодействие в ИТ-экспорте	2		
3.	Модуль 3. Анализ рынка и выбор стратегии		4	
4.	Модуль 4. Правовые аспекты экспорта и стандарты		3	
5.	Модуль 5. Маркетинг и продвижение			3
6	Модуль 6. Практические аспекты организации экспорта			3
7	Итоговая аттестация (зачет)			1
8	ВСЕГО	5	7	7

6. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ МОДУЛЕЙ

6.1. Рабочая программа

Модуль 1. Основы экспорта и продвижения ИТ-решений и услуг

Цель - получение теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для эффективной деятельности в сфере продвижения ИТ-решений и услуг.

Задачи:

- Формирование знаний об основах продвижения и экспорта ИТ-решений и услуг.
- Формирование знаний и навыков в области маркетинга.
- Формирование знаний и навыков практической организации экспорта.

² Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Планируемые результаты изучения модуля

В результате освоения программы обучающиеся

Знать:

- актуальные тренды глобального ИТ-рынка и направления экспорта российских решений;
- особенности деловой культуры и бизнес-коммуникаций в ключевых зарубежных регионах (Китай, Индия, ЮВА, MENA);
- критерии оценки и методики анализа целевых зарубежных рынков (PESTEL, конкурентный анализ);
- правовые основы международной торговли, типы контрактов и механизмы защиты интеллектуальной собственности;
- стратегии выхода на международные рынки и инструменты продвижения ИТ-продуктов.

Уметь:

- выявлять перспективные сегменты и ниши на зарубежных ИТ-рынках;
- выстраивать коммуникацию и вести переговоры с зарубежными партнёрами;
- проводить комплексный анализ целевого зарубежного рынка;
- формировать правовую основу для выхода на международный рынок;
- разрабатывать и адаптировать стратегию выхода на зарубежные рынки;

Владеть:

- методами адаптации ИТ-решений и интерфейсов под культурные и технические требования разных стран;
- навыками межкультурной коммуникации и работы с возражениями в международной среде;
- инструментами маркетингового анализа и разработки стратегии продвижения на зарубежных рынках;
- навыками составления дорожной карты выхода на рынок и операционной карты экспорта;
- приемами анализа международных договоров и минимизации юридических рисков.

Учебный план

№ п/п	Наименование компонентов программы	Трудоемкость, ак. ч. ³				Форма контроля
		Всего	Видео-лекции/Вебинары	Практически занятия / Самостоятельная работа	Контроль	
1	Модуль 1. Основы экспорта и продвижения ИТ-решений и услуг	3	3	-		
1.1	Тема 1.1. Тренды ИТ-рынка и актуальность экспорта	1	1	-		

³ Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

1.2	Тема 1.2. Преимущества и вызовы экспорта ИТ-услуг	1	1	-		
1.3	Тема 1.3. Кейсы успешных российских компаний	1	1	-		
2	Итого	3	3	-		

Содержание

Вид занятий	Количество часов	Наименование раздела, темы и содержание
Модуль 1. Основы экспорта и продвижения ИТ-решений и услуг		
Лекция	1	Тема 1.1. Тренды ИТ-рынка и актуальность экспорта – Актуальность экспорта ИТ-услуг/решений для российских компаний – Тренды глобального ИТ-рынка – Развитие российского ИТ-рынка – Востребованность российских ИКТ решения на мировых рынках – Основные направления экспорта
Лекция	1	Тема 1.2. Преимущества и вызовы экспорта ИТ-услуг – Экономические преимущества выхода на зарубежные рынки – Основные барьеры, риски и возможности для российских компаний
Лекция	1	Тема 1.3. Кейсы успешных российских компаний – Кейсы успешных российских компаний (Касперский, ЦРТ, Астра, Ispring) – Анализ типичных ошибок при экспорте
Всего часов	3	

Календарный учебный график

№ п/п	Наименование компонентов программы	1 неделя	2 неделя	3 неделя
1.	Модуль 1. Основы экспорта и продвижения ИТ-решений и услуг	3		
2	ВСЕГО	3		

6.2. Рабочая программа

Модуль 2. Межкультурное взаимодействие в ИТ-экспорте

Цель программы заключается в формировании у слушателей системных знаний и **Цель** - получение теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных

компетенций, необходимых для эффективной деятельности в сфере продвижения ИТ-решений и услуг.

Задачи:

- Формирование знаний об основах продвижения и экспорта ИТ-решений и услуг.
- Формирование знаний и навыков в области маркетинга.
- Формирование знаний и навыков практической организации экспорта.

Планируемые результаты изучения модуля

В результате освоения программы обучающиеся

Знать:

- актуальные тренды глобального ИТ-рынка и направления экспорта российских решений;
- особенности деловой культуры и бизнес-коммуникаций в ключевых зарубежных регионах (Китай, Индия, ЮВА, MENA);
- критерии оценки и методики анализа целевых зарубежных рынков (PESTEL, конкурентный анализ);
- правовые основы международной торговли, типы контрактов и механизмы защиты интеллектуальной собственности;
- стратегии выхода на международные рынки и инструменты продвижения ИТ-продуктов.

Уметь:

- выявлять перспективные сегменты и ниши на зарубежных ИТ-рынках;
- выстраивать коммуникацию и вести переговоры с зарубежными партнёрами;
- проводить комплексный анализ целевого зарубежного рынка;
- формировать правовую основу для выхода на международный рынок;
- разрабатывать и адаптировать стратегию выхода на зарубежные рынки;

Владеть:

- методами адаптации ИТ-решений и интерфейсов под культурные и технические требования разных стран;
- навыками межкультурной коммуникации и работы с возражениями в международной среде;
- инструментами маркетингового анализа и разработки стратегии продвижения на зарубежных рынках;
- навыками составления дорожной карты выхода на рынок и операционной карты экспорта;
- приемами анализа международных договоров и минимизации юридических рисков.

Учебный план

№ п/п	Наименование компонентов программы	Трудоемкость, ак. ч. ⁴				Форма контроля
		Всего	Видео- лекции/	Практически езанятия / Самостоятел	Контроль	

⁴ Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

			Вебинары	ь-ная работа		
1	Модуль 2. Межкультурное взаимодействие в ИТ-экспорте	2	1	1		
1.1	Тема 2.1. Особенности деловой культуры разных стран (на примере Китая, Индии, стран ЮВА, MENA и др. регионов)	1	1	-		
1.2	Тема 2.2. Практикум: адаптация продукта под культурные особенности, инструменты господдержки экспорта	1	-	1		
2	Итого	2	1	1		

Содержание

Вид занятий	Количество часов	Наименование раздела, темы и содержание
Модуль 2. Межкультурное взаимодействие в ИТ-экспорте		
Лекция	1	Тема 2.1. Особенности деловой культуры разных стран (на примере Китая, Индии, стран ЮВА, MENA и др. регионов) – Особенности ведения бизнеса в странах с разным культурным кодом – Влияние культуры на бизнес-процессы – Основы деловой коммуникации – Особенности бизнес-коммуникаций в ключевых регионах экспорта – Основные ошибки и работа с возражениями
Практическое задание	1	Тема 2.2. Практикум: адаптация продукта под культурные особенности, инструменты господдержки экспорта – Языковая и культурная адаптация интерфейса и контента – Техническая локализация (поддержка международных транзакций, адаптация к локальному часовому поясу, интеграция с другими системами), поддержка мультиязычности, документации – Инструменты поддержки экспортеров (госпрограммы, акселераторы, гранты)
Всего часов	2	

Календарный учебный график

№ п/п	Наименование компонентов программы	1 неделя	2 неделя	3 неделя

1.	Модуль 2. Межкультурное взаимодействие в ИТ-экспорте	2		
2	ВСЕГО	2		

6.3. Рабочая программа Модуля 3. Анализ рынка и выбор стратегии

Цель - получение теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для эффективной деятельности в сфере продвижения ИТ-решений и услуг.

Задачи:

- Формирование знаний об основах продвижения и экспорта ИТ-решений и услуг.
- Формирование знаний и навыков в области маркетинга.
- Формирование знаний и навыков практической организации экспорта.

Планируемые результаты изучения модуля

В результате освоения программы обучающиеся

Знать:

- актуальные тренды глобального ИТ-рынка и направления экспорта российских решений;
- особенности деловой культуры и бизнес-коммуникаций в ключевых зарубежных регионах (Китай, Индия, ЮВА, MENA);
- критерии оценки и методики анализа целевых зарубежных рынков (PESTEL, конкурентный анализ);
- правовые основы международной торговли, типы контрактов и механизмы защиты интеллектуальной собственности;
- стратегии выхода на международные рынки и инструменты продвижения ИТ-продуктов.

Уметь:

- выявлять перспективные сегменты и ниши на зарубежных ИТ-рынках;
- выстраивать коммуникацию и вести переговоры с зарубежными партнёрами;
- проводить комплексный анализ целевого зарубежного рынка;
- формировать правовую основу для выхода на международный рынок;
- разрабатывать и адаптировать стратегию выхода на зарубежные рынки;

Владеть:

- методами адаптации ИТ-решений и интерфейсов под культурные и технические требования разных стран;
- навыками межкультурной коммуникации и работы с возражениями в международной среде;
- инструментами маркетингового анализа и разработки стратегии продвижения на зарубежных рынках;
- навыками составления дорожной карты выхода на рынок и операционной карты экспорта;
- приемами анализа международных договоров и минимизации юридических рисков.

Учебный план

№ п/п	Наименование компонентов программы	Трудоемкость, ак. ч. ⁵				Форма контроля
		Всего	Видео- лекции/ Вебинары	Практически езанятия / Самостоятел ь-ная работа	Контроль	
1	Модуль 3. Анализ рынка и выбор стратегии	4	2	2		
1.1	Тема 3.1. Методики отбора ключевых регионов экспорта. Исследование спроса и конкурентов	2	2	-		
1.2	Тема 3.2. Практикум: составление карты рынка	1	-	1		
1.3	Промежуточная аттестация	1	-	1		Тестирова ние 1
2	Итого	4	2	2		

Содержание

Вид занятий	Количество часов	Наименование раздела, темы и содержание
Модуль 3. Анализ рынка и выбор стратегии		
Лекция	2	Тема 3.1. Методики отбора ключевых регионов экспорта. Исследование спроса и конкурентов – Критерии выбора и анализ целевого рынка – PESTEL-анализ для ИТ-экспорта – Оценка конкурентной среды – Анализ барьеров входа – Инструменты маркетинговых исследования для ИТ – Анализ потребностей целевой аудитории – Инструменты конкурентного анализа – Оценка ценовых сегментов
Практическое задание	1	Тема 3.2. Практикум: составление карты рынка – Пошаговая методика анализа рынка – Формирование портрета целевого клиента – Разработка стратегии выхода – Практические инструменты анализа
Промежуточная аттестация	1	Тестирование 1
Всего часов	4	

⁵ Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Календарный учебный график

№ п/п	Наименование компонентов программы	1 неделя	2 неделя	3 неделя
1.	Модуль 3. Анализ рынка и выбор стратегии		4	
2	ВСЕГО		4	

6.4. Рабочая программа

Модуля 4. Правовые аспекты экспорта и стандарты

Цель - получение теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для эффективной деятельности в сфере продвижения ИТ-решений и услуг.

Задачи:

- Формирование знаний об основах продвижения и экспорта ИТ-решений и услуг.
- Формирование знаний и навыков в области маркетинга.
- Формирование знаний и навыков практической организации экспорта.

Планируемые результаты изучения модуля

В результате освоения программы обучающиеся

Знать:

- актуальные тренды глобального ИТ-рынка и направления экспорта российских решений;
- особенности деловой культуры и бизнес-коммуникаций в ключевых зарубежных регионах (Китай, Индия, ЮВА, MENA);
- критерии оценки и методики анализа целевых зарубежных рынков (PESTEL, конкурентный анализ);
- правовые основы международной торговли, типы контрактов и механизмы защиты интеллектуальной собственности;
- стратегии выхода на международные рынки и инструменты продвижения ИТ-продуктов.

Уметь:

- выявлять перспективные сегменты и ниши на зарубежных ИТ-рынках;
- выстраивать коммуникацию и вести переговоры с зарубежными партнёрами;
- проводить комплексный анализ целевого зарубежного рынка;
- формировать правовую основу для выхода на международный рынок;
- разрабатывать и адаптировать стратегию выхода на зарубежные рынки;

Владеть:

- методами адаптации ИТ-решений и интерфейсов под культурные и технические требования разных стран;
- навыками межкультурной коммуникации и работы с возражениями в международной среде;

- инструментами маркетингового анализа и разработки стратегии продвижения на зарубежных рынках;
- навыками составления дорожной карты выхода на рынок и операционной карты экспорта;
- приемами анализа международных договоров и минимизации юридических рисков.

Учебный план

№ п/п	Наименование компонентов программы	Трудоемкость, ак. ч. ⁶				Форма контроля
		Всего	Видео-лекции/Вебинары	Практически занятия / Самостоятельная работа	Контроль	
1	Модуль 4. Правовые аспекты экспорта и стандарты	3	2	1		
1.1	Тема 4.1. Контрактная база и защита ИС	2	2	-		
1.2	Тема 4.2. Практикум: анализ договоров	1	-	1		
2	Итого	3	2	1		

Содержание

Вид занятий	Количество часов	Наименование раздела, темы и содержание
Модуль 4. Правовые аспекты экспорта и стандарты		
Лекция	2	Тема 4.1. Контрактная база и защита ИС – Типы международных договоров – Условия оплаты и форс-мажоры – Защита интеллектуальной собственности – Юрисдикционные вопросы
Лекция	1	Тема 4.2. Практикум: анализ договоров – MoU, NDA, JV. Структура международного контракта – Ключевые пункты договора – Риски и способы их минимизации – Практический разбор типовых договоров
Всего часов	3	

Календарный учебный график

№ п/п	Наименование компонентов программы	1 неделя	2 неделя	3 неделя

⁶ Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

1.	Модуль 4. Правовые аспекты экспорта и стандарты		3	
2	ВСЕГО		3	

6.5. Рабочая программа Модуля 5. Маркетинг и продвижение

Цель - получение теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для эффективной деятельности в сфере продвижения ИТ-решений и услуг.

Задачи:

- Формирование знаний об основах продвижения и экспорта ИТ-решений и услуг.
- Формирование знаний и навыков в области маркетинга.
- Формирование знаний и навыков практической организации экспорта.

Планируемые результаты изучения модуля

В результате освоения программы обучающиеся

Знать:

- актуальные тренды глобального ИТ-рынка и направления экспорта российских решений;
- особенности деловой культуры и бизнес-коммуникаций в ключевых зарубежных регионах (Китай, Индия, ЮВА, MENA);
- критерии оценки и методики анализа целевых зарубежных рынков (PESTEL, конкурентный анализ);
- правовые основы международной торговли, типы контрактов и механизмы защиты интеллектуальной собственности;
- стратегии выхода на международные рынки и инструменты продвижения ИТ-продуктов.

Уметь:

- выявлять перспективные сегменты и ниши на зарубежных ИТ-рынках;
- выстраивать коммуникацию и вести переговоры с зарубежными партнёрами;
- проводить комплексный анализ целевого зарубежного рынка;
- формировать правовую основу для выхода на международный рынок;
- разрабатывать и адаптировать стратегию выхода на зарубежные рынки;

Владеть:

- методами адаптации ИТ-решений и интерфейсов под культурные и технические требования разных стран;
- навыками межкультурной коммуникации и работы с возражениями в международной среде;
- инструментами маркетингового анализа и разработки стратегии продвижения на зарубежных рынках;
- навыками составления дорожной карты выхода на рынок и операционной карты экспорта;
- приемами анализа международных договоров и минимизации юридических рисков.

Учебный план

№ п/п	Наименование компонентов программы	Трудоемкость, ак. ч. ⁷				Форма контроля
		Всего	Видео- лекции/ Вебинары	Практически езанятия / Самостоятел ь-ная работа	Контроль	
1	Модуль 5. Маркетинг и продвижение	3	2	1		
1.1	Тема 5.1. Маркетинговые стратегии выхода на зарубежный рынок	1	1	-		
1.2	Тема 5.2. Каналы коммуникации с зарубежными клиентами	1	1	-		
1.3	Тема 5.3. Практикум: разработка маркетинговой стратегии	1	-	1		
2	Итого	3	2	1		

Содержание

Вид занятий	Количество часов	Наименование раздела, темы и содержание
Модуль 5. Маркетинг и продвижение		
Лекция	1	Тема 5.1. Маркетинговые стратегии выхода на зарубежный рынок – Стратегии выхода на международные рынки (прямой экспорт, партнерство, локализация) – Продвижение и брендинг на иностранных рынках – Каналы продаж и особенности дистрибуции – Digital-маркетинг и использование маркетплейсов – СМИ и PR – Шаги разработки маркетинговой стратегии – Каналы продвижения – Бюджетирование маркетинговых активностей – Метрики эффективности
Лекция	1	Тема 5.2. Каналы коммуникации с зарубежными клиентами – Клиентский сервис и поддержка за рубежом – Мультиязычная коммуникация

⁷ Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Вид занятий	Количество часов	Наименование раздела, темы и содержание
Практическое задание	1	Тема 5.3. Практикум: разработка маркетинговой стратегии – Разработка стратегии продвижения с выбором каналов и бюджетированием – Оценка эффективности на основе ключевых метрик
Всего часов	3	

Календарный учебный график

№ п/п	Наименование компонентов программы	1 неделя	2 неделя	3 неделя
1.	Модуль 5. Маркетинг и продвижение			3
2	ВСЕГО			3

6.6. Рабочая программа

Модуль 6. Практические аспекты организации экспорта

Цель - получение теоретических знаний и овладении практическими умениями и навыками, обеспечивающими формирование и совершенствование у слушателей профессиональных компетенций, необходимых для эффективной деятельности в сфере продвижения ИТ-решений и услуг.

Задачи:

- Формирование знаний об основах продвижения и экспорта ИТ-решений и услуг.
- Формирование знаний и навыков в области маркетинга.
- Формирование знаний и навыков практической организации экспорта.

Планируемые результаты изучения модуля

В результате освоения программы обучающиеся

Знать:

- актуальные тренды глобального ИТ-рынка и направления экспорта российских решений;
- особенности деловой культуры и бизнес-коммуникаций в ключевых зарубежных регионах (Китай, Индия, ЮВА, MENA);
- критерии оценки и методики анализа целевых зарубежных рынков (PESTEL, конкурентный анализ);
- правовые основы международной торговли, типы контрактов и механизмы защиты интеллектуальной собственности;
- стратегии выхода на международные рынки и инструменты продвижения ИТ-продуктов.

Уметь:

- выявлять перспективные сегменты и ниши на зарубежных ИТ-рынках;
- выстраивать коммуникацию и вести переговоры с зарубежными партнёрами;
- проводить комплексный анализ целевого зарубежного рынка;
- формировать правовую основу для выхода на международный рынок;
- разрабатывать и адаптировать стратегию выхода на зарубежные рынки;

Владеть:

- методами адаптации ИТ-решений и интерфейсов под культурные и технические требования разных стран;
- навыками межкультурной коммуникации и работы с возражениями в международной среде;
- инструментами маркетингового анализа и разработки стратегии продвижения на зарубежных рынках;
- навыками составления дорожной карты выхода на рынок и операционной карты экспорта;
- приемами анализа международных договоров и минимизации юридических рисков.

Учебный план

№ п/п	Наименование компонентов программы	Трудоемкость, ак. ч. ⁸				Форма контроля
		Всего	Видео-лекции/ Вебинары	Практически езанятия / Самостоятел ь-ная работа	Контроль	
1	Модуль 6. Практические аспекты организации экспорта	3	2	1		
1.1	Тема 6.1. Ценообразование, логистика, расчеты, налоги	1	1	-		
1.2	Тема 6.2. Организация техподдержки	1	1	-		
1.3	Тема 6.3. Практикум: разработка экспортной операционной карты	1	-	1		
2	Итого	3	2	1		

Содержание

Вид занятий	Количество часов	Наименование раздела, темы и содержание
Модуль 5. Практические аспекты организации экспорта		

⁸ Для всех видов занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Вид занятий	Количество часов	Наименование раздела, темы и содержание
Лекция	1	Тема 6.1. Ценообразование, логистика, расчеты, налоги – Факторы ценообразования на международных рынках – Логистические аспекты экспорта ИТ-услуг – Валютные операции – Налогообложение
Лекция	1	Тема 6.2. Организация техподдержки – Модели технической поддержки – Организация службы поддержки – SLA и гарантии качества – Автоматизация поддержки
Практическое задание	1	Тема 6.3. Практикум: разработка экспортной операционной карты – Экономика – Исполнение контракта – Поддержка
Всего часов	3	

Календарный учебный график

№ п/п	Наименование компонентов программы	1 неделя	2 неделя	3 неделя
1.	Модуль 6. Практические аспекты организации экспорта			3
2	ВСЕГО			3

8. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Формы аттестации

Программой предусмотрена текущая, промежуточная и итоговая аттестация слушателей.

Для проведения итоговой аттестации разработан фонд оценочных средств, являющийся неотъемлемой частью учебно-методического комплекса.

Объектами оценивания выступают:

- степень освоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы.

Текущий контроль знаний обучающихся проводится преподавателем, ведущим занятия в учебной группе, на протяжении всего обучения по программе.

Текущий контроль знаний включает в себя наблюдение преподавателя за учебной работой обучающихся и проверку качества знаний, умений и навыков, которыми они овладели на определенном этапе обучения в формах, установленных преподавателем.

Промежуточная аттестация — оценка качества усвоения обучающимися содержания учебных модулей непосредственно по завершении их освоения, проводимая в форме зачета посредством тестирования или в иных формах в соответствии с учебным планом.

Прошедшим промежуточную аттестацию выставляется оценка «зачтено» по каждому модулю программы. Оценка «зачтено» ставится при прохождении теста и получении 70% и более правильных ответов.

Итоговая аттестация — процедура, проводимая с целью установления уровня знаний обучающихся с учетом прогнозируемых результатов обучения и требований к результатам освоения программы.

Слушатель допускается к итоговой аттестации после изучения разделов и тем программы в объеме, предусмотренном учебным планом.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям соответствующей образовательной программы созданы фонды оценочных средств, включающие методы контроля, позволяющие оценить знания и умения.

Обучающимся, успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдаются удостоверения о повышении квалификации установленного образца.

При освоении программы параллельно с получением среднего профессионального или высшего образования удостоверения о повышении квалификации выдаются одновременно с получением соответствующего документа о среднем профессиональном или высшем образовании.

Лицам, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть программы и (или) отчисленным из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, устанавливаемому организацией.

9. ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Обучающиеся допускаются к итоговой аттестации после изучения разделов и тем программы в объеме, предусмотренном учебным планом программы.

Оценка качества освоения учебной программы проводится в процессе итоговой аттестации в форме зачета посредством прохождения тестирования.

Оценка итогового тестирования:

Оценка	Критерии оценки
Зачтено	Оценка «Зачтено» выставляется слушателю, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу использует его, не допуская существенных неточностей в ответе на тестовые вопросы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов. Не менее 80% правильных ответов при решении итогового теста.
Не зачтено	Оценка «Не зачтено» выставляется слушателю, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические

	вопросы или не справляется с ними самостоятельно. Менее 80% правильных ответов при решении итогового теста.
--	---

Лицам, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдаётся удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

Лицам, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть программы и (или) отчисленным из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, устанавливаемому организацией.

10. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Примерные вопросы для тестирования

Промежуточная аттестация

Тестирование 1

- 1. Что понимается под термином «локализация» в контексте адаптации ИТ-продукта для зарубежного рынка (на примере MENA)?**
 - a) Адаптация контента, валюты, единиц измерения, дат и культурных кодов под регион
 - b) Только перевод интерфейса на арабский язык
 - c) Смена доменного имени сайта
 - d) Замена программистов на локальных специалистов
- 2. Какой тренд в наибольшей степени характеризует современный глобальный ИТ-рынок?**
 - a) Массовое внедрение AI-решений и переход на облачные (SaaS) модели
 - b) Переход исключительно на on-premise решения
 - c) Уход всех крупных игроков в нишу государственных заказов
 - d) Снижение роли кибербезопасности в корпоративном секторе
- 3. Какие два фактора PESTEL-анализа методика выделяет как наиболее критичные именно для ИТ-экспорта и почему?**
 - a) Political и Economic — из-за необходимости уплаты таможенных пошлин на серверное оборудование
 - b) Technological и Legal — из-за важности цифровой инфраструктуры и жёсткого регулирования обработки
 - c) Social и Environmental — из-за необходимости соблюдения международных ESG-стандартов при
 - d) Economic и Social — из-за низкой платёжеспособности населения в развивающихся странах и языковых барьеров.
- 4. Сколько ключевых направлений (столпов) оценивает «Компас цифрового развития» (Digital Development Compass) от ПРООН?**
 - a) 3
 - b) 4
 - c) 6
 - d) 10

5. В странах с высокой контекстуальной культурой (например, Китай или Япония) при ведении переговоров критически важно:
- a) Учитывать невербальные сигналы, иерархию и избегать потери «лица»
 - b) Начинать переговоры сразу с обсуждения цены
 - c) Говорить максимально громко, чтобы вас слышали
 - d) Игнорировать статус участников встречи
6. Что из перечисленного относится к экономическим барьерам при экспорте ИТ-услуг?
- a) Нестабильность валютных курсов и сложность возврата средств
 - b) Отсутствие интернета в стране-импортере
 - c) Языковой барьер и разница в менталитете
 - d) Невозможность патентования программного обеспечения
7. Что означает «правило красной линии» при проведении PESTEL-анализа для ИТ-экспорта?
- a) Если хотя бы один фактор попадает в «красную зону» (санкции, блокировка платежей), рынок считается закрытым/запрещённым
 - b) Если все 6 факторов находятся в «жёлтой зоне», нужно увеличить маркетинговый бюджет
 - c) Если фактор Political выше 5 баллов, нужно обязательно открыть офис в стране
 - d) Если фактор Legal требует локализации, нужно немедленно подать заявку в Сколково
8. Какая ошибка является типичной для российских компаний на начальном этапе экспорта?
- a) Долгосрочное планирование бюджета на маркетинг
 - b) Попытка продавать продукт без адаптации под локальные стандарты и язык
 - c) Найм локальных консультантов в стране присутствия
 - d) Детальное изучение местного законодательства
9. При каком условии «налог на сложность» служит сигналом к тому, что выход на рынок нужно отложить до масштабирования компании?
- a) Если налог превышает 10% от чека
 - b) Если налог превышает 25% от чека
 - c) Если налог превышает 40% от чека
 - d) Если налог превышает 60% от чека
10. Какая из мер относится к инструментам государственной поддержки российских ИТ-экспортеров?
- a) Запрет на репатриацию прибыли
 - b) Отмена всех налогов для экспортеров на 10 лет
 - c) Субсидирование части затрат на сертификацию продукции через РЭЦ
 - d) Увеличение пошлин на ввоз комплектующих
11. Какая особенность бизнес-коммуникации характерна для стран Юго-Восточной Азии (ЮВА)?
- a) Прямое и открытое выражение несогласия при первой встрече
 - b) Приоритет долгосрочных отношений над сиюминутной выгодой и мягкая манера общения
 - c) Решения принимаются исключительно на основе цифр без учета эмоций

d) Минимальное значение имеют формальные титулы и звания

12. Как методика рекомендует формулировать «целевой рынок» для ИТ-продукта, чтобы избежать ошибки «распыления»?

- a) Просто указать страну с самым большим ВВП (например, «Бразилия»)
- b) Указать все страны, где английский язык является официальным
- c) Связка: география + сегмент клиента + сценарий использования (например, «B2B-SaaS для логистических компаний ОАЭ»)
- d) Указать все страны ЕАЭС, так как там нет барьеров

13. При адаптации интерфейса ПО для рынка Индии, помимо перевода, в первую очередь требуется учесть:

- a) Исключение всех зеленых цветов из палитры
- b) Поддержку местных форматов дат и чисел, а также мобильную платформу как приоритетную
- c) Изменение шрифтов с засечками на беззасечные
- d) Принудительную интеграцию с государственными серверами США

14. Какая из перечисленных компаний в кейсах программы приводится как пример успешного российского экспортера ИТ-решений в области кибербезопасности?

- a) ЦРТ
- b) Касперский
- c) Астра
- d) Ispring

15. Какая из перечисленных причин НЕ является драйвером для выхода российских ИТ-компаний на зарубежные рынки?

- a) Рост выручки за счет выхода на рынки с более высокой платежеспособностью
- b) Диверсификация клиентской базы и снижение зависимости от одного рынка
- c) Получение доступа к передовым технологиям и кадрам за рубежом
- d) Возможность полностью избежать налогообложения в РФ

Итоговое тестирование

1. В чем заключается различие между стратегией локализации и стратегией прямого экспорта на зарубежный ИТ-рынок?

- a) Локализация предполагает глубокую адаптацию продукта под требования рынка, а прямой экспорт — продажу уже существующего решения без существенных изменений
- b) Прямой экспорт всегда дешевле локализации
- c) Локализация используется только для B2C-сегмента, а прямой экспорт — для B2B
- d) Различия заключаются только в способе оплаты

2. Согласно правилам построения экспортной операционной карты, в первую очередь необходимо определить:

- a) Дизайн фирменного бланка компании

- b) **Последовательность действий от получения заказа до постпродажного обслуживания, включая логистику и финансовые потоки**
 - c) Список сотрудников, которых нужно отправить в загранкомандировки
 - d) Меню для корпоративных мероприятий с зарубежными партнерами
- 3. **Что из перечисленного является ключевым драйвером для выхода российских ИТ-компаний на международные рынки?**
 - a) Полное освобождение от уплаты налогов в РФ
 - b) **Диверсификация клиентской базы и увеличение выручки**
 - c) Запрет на работу внутри страны
 - d) Снижение требований к качеству продукта
- 4. **При адаптации ИТ-продукта для стран Ближнего Востока и Северной Африки (MENA) в первую очередь учитывается:**
 - a) Изменение цветовой гаммы на оттенки серого
 - b) **Поддержка локализованных валют и адаптация контента под культурные и религиозные нормы**
 - c) Переход на голосовое управление вместо текстового
 - d) Запрет на использование облачных технологий
- 5. **Для чего предназначена Служба «цифрового атташе» (Минпромторг РФ)?**
 - a) Для выдачи рабочих виз для ИТ-специалистов в страны ЕС
 - b) **Для помощи с аналитикой, переговорами, сертификацией и поиском партнёров за рубежом**
 - c) Для предоставления бесплатного облачного хостинга для российских стартапов
 - d) Для обязательной сертификации всего российского ПО для рынка Китая
- 6. **Какова ключевая особенность потребностей и ведения бизнеса в регионе MENA согласно материалу?**
 - a) Mobile-first и экстремальная ценовая чувствительность
 - b) **Локализация, статус и личные отношения важнее цены**
 - c) Короткий путь к product-fit из-за общего языка и схожих цифровых привычек
 - d) Полное отсутствие требований к локализации данных
- 7. **Какая маркетинговая стратегия предполагает полную адаптацию продукта под требования и особенности конкретного зарубежного рынка?**
 - a) **Прямой экспорт**
 - b) Стратегия локализации
 - c) Партнерство без адаптации
 - d) Стратегия «серого» импорта
- 8. **Какой канал коммуникации является наиболее критичным для организации мультиязычной поддержки зарубежных клиентов?**
 - a) **Создание сайта-визитки только на русском языке**

- b) **Круглосуточный чат-бот и служба поддержки на английском языке с учетом локального часового пояса**
 - c) Искключительно общение через социальные сети Instagram и Facebook
 - d) Отправка ответов на запросы по почте в течение 3-х дней
9. **Какие факторы являются ключевыми при расчете ценообразования (Pricing) на международном ИТ-рынке?**
- a) Только себестоимость разработки
 - b) **Анализ цен конкурентов, покупательская способность аудитории и курс валют**
 - c) Бюджет маркетингового отдела компании
 - d) Цена на нефть в регионе продаж
10. **Что из перечисленного относится к техническим аспектам локализации ПО (помимо перевода текста)?**
- a) Смена названия компании в учредительных документах
 - b) **Поддержка местных форматов дат/времени, интеграция с локальными платежными системами**
 - c) Печать руководства пользователя на бумаге
 - d) Установка дополнительного антивируса
11. **При организации технической поддержки (SLA) для зарубежного клиента критически важным является:**
- a) Возможность связи только по электронной почте
 - b) **Четкое определение времени реакции и устранения проблемы (в часах) с учетом разницы во времени**
 - c) Обещание исправить ошибки в следующем релизе без указания сроков
 - d) Отказ от поддержки в выходные дни
12. **Какая формула используется для описания методологии Jobs-to-be-Done (JTBD)?**
- a) Если [цена], то [покупка], потому что [качество]
 - b) **Когда [ситуация], я хочу [действие], чтобы [результат]**
 - c) Кто [персона], покупает [продукт], чтобы решить [проблему]
 - d) Дано [свойство], пользователь делает [действие], получая [прибыль]
13. **Какое применимое право и арбитраж рекомендуются в документе как безопасные для российской стороны при работе с западными партнерами?**
- a) Право РФ и МКАС при ТПП РФ
 - b) Право Англии и Лондонский международный арбитраж (LCIA)
 - c) **Материальное право ОАЭ (DIFC) и Арбитражный центр Дубая (DIAC)**
 - d) Право США и арбитраж в Нью-Йорке
14. **При разработке дорожной карты (Roadmap) выхода на зарубежный рынок в операционную карту экспорта входит:**
- a) Описание внутренней культуры компании
 - b) **Этапы исполнения контракта, логистика, график платежей и поддержка клиента**

- c) План новогодних корпоративов в компании
- d) Кодовая база продукта

15. Какое условие чаще всего включается в международный контракт как основание для освобождения от ответственности (форс-мажор)?

- a) Поломка компьютера у менеджера
- b) **Наступление обстоятельств непреодолимой силы (стихийные бедствия, запрет импорта/экспорта, война)**
- c) Болезнь сотрудника отдела продаж
- d) Отключение света в офисе в Москве

16. Какое из перечисленных направлений является перспективным для экспорта российских ИКТ-решений согласно трендам глобального рынка?

- a) Разработка исключительно десктопных приложений на C++
- b) **Решения в области искусственного интеллекта, кибербезопасности и облачных технологий (SaaS)**
- c) Производство компьютерных комплектующих
- d) Создание бумажных архивов баз данных

17. Что из перечисленного относится к основным экономическим вызовам (рискам) при экспорте ИТ-услуг?

- a) Отсутствие интернет-каналов в стране пребывания
- b) **Риск изменения валютного регулирования и невозврат платежей из-за санкционных ограничений**
- c) Нехватка офисных помещений за рубежом
- d) Отказ местных жителей использовать смартфоны

18. В чем заключается ключевая особенность ведения бизнеса в странах с низкоконтекстуальной культурой (например, Германия или США)?

- a) Большое значение имеют невербальные жесты и паузы
- b) **Информация передается прямо и открыто, контракты детализированы и имеют первостепенное значение**
- c) Решения принимаются только на основе личных симпатий
- d) Иерархия в компании строго обязательна к соблюдению на всех этапах переговоров

19. Какой элемент НЕ относится к процессу культурной адаптации ИТ-продукта?

- a) Локализация интерфейса и документации на национальный язык
- b) **Перенос серверов компании на территорию страны-экспортера для ускорения загрузки**
- c) Изменение цветовой гаммы и изображений в соответствии с культурными нормами
- d) Адаптация интерфейса под местные форматы дат, времени и валют

20. Что из перечисленного относится к инструментам государственной поддержки экспортеров в РФ?

- a) Увеличение ставки НДС на экспортируемое ПО
- b) **Предоставление грантов и субсидирование через Российский экспортный центр (РЭЦ)**
- c) Запрет на использование иностранного ПО внутри компании
- d) Принудительное лицензирование каждой копии продукта

21. Каков стандартный рыночный лимит совокупной ответственности Лицензиара в IT-контрактах (SaaS/лицензия) согласно рекомендациям документа?
- a) Не более 100% годовой оплаты
 - b) Не более суммы вознаграждения, уплаченной за последние 6 месяцев**
 - c) Не более 10% от общей стоимости контракта
 - d) Неограниченная ответственность за любые убытки
22. Каков максимальный срок для направления покупателем извещения о выявленном несоответствии товара согласно статье 39 Венской конвенции, если договорной срок гарантии не устанавливает иное?
- a) 1 год с момента передачи товара
 - b) 2 года с даты фактической передачи товара**
 - c) 6 месяцев с момента обнаружения дефекта
 - d) 3 года с даты подписания контракта
23. Почему страны ЕАЭС/СНГ находятся в приоритете для российских IT-экспортеров?
- a) Там самая высокая покупательная способность в мире
 - b) Там расчёты идут в нацвалютах, единое регулирование ЕАЭС и отсутствуют санкционные барьеры**
 - c) Там полностью отсутствуют местные IT-конкуренты
 - d) Там законодательно закреплено обязательство использовать только российское ПО
24. В чем суть стратегии «прямого экспорта» IT-услуг, упоминаемой в модуле 5?
- a) Передача прав на продукт местному дистрибьютору
 - b) Самостоятельные продажи конечному заказчику за рубежом без посредников**
 - c) Создание совместного предприятия (JV) с иностранным партнером
 - d) Бесплатная раздача продукта в течение года
25. Какие метрики эффективности (KPI) чаще всего используются для оценки маркетинга на зарубежном рынке?
- a) Количество проведенных встреч в офисе
 - b) Стоимость привлечения клиента (CAC), пожизненная ценность клиента (LTV) и конверсия в продажи**
 - c) Количество публикаций в корпоративном блоге компании
 - d) Уровень шума в открытом пространстве
26. Какие факторы учитываются при налогообложении и проведении валютных операций в международном IT-бизнесе?
- a) Только налоговая ставка в РФ
 - b) Двойное налогообложение, статус резидента, комиссии за конвертацию и требования валютного контроля**
 - c) Курс биткоина на момент транзакции
 - d) Инфляция в стране производства товара
27. Что подразумевается под организацией технической поддержки с учетом SLA (Service Level Agreement) на экспортном рынке?
- a) Заключение договора на поставку техники
 - b) Формализованные обязательства по времени реакции и устранения инцидентов с учетом разницы часовых поясов**
 - c) Ежеквартальные отчеты о количестве проданных лицензий

d) Установка баннера "Техподдержка 24/7" без штата сотрудников

28. Какой подход используется при создании экспортной операционной карты (Модуль 6)?

- a) Описывается только процесс разработки новой функции
- b) Документируется полный цикл исполнения контракта: от выставления счета до пост-продажного обслуживания и технической поддержки**
- c) Составляется график отпусков технического персонала
- d) Фиксируются планы по открытию представительства в Арктике

29. Что является ключевым элементом при разработке дорожной карты выхода на зарубежный рынок?

- a) Желание руководства компании
- b) Пошаговый план действий с детализацией этапов, сроков, ответственных и бюджета на каждый модуль**
- c) Список отелей в командировку
- d) Дизайн новых визиток на иностранном языке

30. Согласно правовому практикуму, при анализе международного контракта критически важно проверить:

- a) Соответствие шрифта документа корпоративному стандарту
- b) Наличие орфографических ошибок в переводе
- c) Количество страниц договора
- d) Применимое право (юрисдикцию), порядок разрешения споров и условия о форс-мажоре**

11. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Лекционные занятия проводятся с целью теоретической подготовки слушателей. Цель лекции - дать систематизированные основы знаний по учебной теме, акцентируя внимание на наиболее сложных вопросах темы занятия. Лекция должна стимулировать активную познавательную деятельность слушателей, способствовать формированию самостоятельного мышления.

Выбор методов обучения для каждого занятия определяется преподавателем в соответствии с составом и уровнем подготовленности слушателей, степенью сложности излагаемого материала.

Реализация программы осуществляется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Обучающимся предоставляется доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронной библиотеке, состав которых определяется настоящей программой.

При осуществлении дистанционного обучения слушателям выдаются логин и пароль для входа на образовательную платформу, с помощью которой необходимо будет реализовывать требования программы.

Кадровые (педагогические) условия. Реализация программы обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими соответствующее профессиональное образование и отвечающими квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональным стандартам, в рамках изучаемого цикла.

Форма итоговой аттестации по дополнительной профессиональной программе повышения квалификации - зачет посредством прохождения тестирования.

Обучающийся допускается к итоговой аттестации после изучения учебных материалов в объеме, предусмотренном учебным планом.

Лица, освоившие дополнительную профессиональную программу повышения квалификации и успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают документ установленного образца – удостоверение о повышении квалификации.

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

12.1. Материально-техническая база образовательной организации оснащена необходимым оборудованием для доступа в интернет по выделенному каналу.

12.2. Образовательная организация имеет необходимое серверное оборудование, обеспечивающее функционирование электронной информационно-образовательной среды, и высокоскоростной канал доступа к электронной информационно-образовательной среде.

12.3. Основные формы проведения занятий - учебное занятие с помощью платформы <https://ispring.ru>.

12.4. Для освоения образовательной программы обучающийся должен иметь доступ в сеть интернет, а также персональный компьютер или смартфон. Используемое для обучения программное обеспечение и техника обучающегося должны соответствовать следующим техническим требованиям:

- для персонального компьютера: процессор с частотой работы от 1.5ГГц, Память ОЗУ объемом не менее 4 Гб, Жесткий диск объемом не менее 128 Гб, Монитор от 10 дюймов с разрешением от 1440*900 точек (пикселей), ОС Windows 7+ или Mac OS X от 10.7+, Браузер Google Chrome последней версии.

- для смартфона: операционная система Android версии 5.0 и выше, а также ОС iOS версии 10.0 и выше. оперативная память от 1 гб и выше, экран от 720×1280 и выше, Браузер Google Chrome последней версии.

12.5. Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной платформе из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»).

12.6. Электронная информационно-образовательная среда образовательной организации обеспечивает:

- доступ к настоящей Программе, видеоурокам, конспектам к каждому уроку в виде электронного файла в формате PDF, пошаговым инструкциям и дополнительным материалам;

- формирование электронного архива выполненных работ и тестов обучающегося, в том числе сохранение оценок и комментариев менторов по этим работам и тестам.

12.7. При реализации настоящей Программы с применением исключительно дистанционных образовательных технологий и электронного обучения электронная информационно-образовательная среда образовательной организации дополнительно обеспечивает:

Фиксацию хода образовательного процесса, результатов выполнения домашних практических работ, выполнения тестов, предварительной аттестации и результатов освоения Программы:

- просмотр видеоуроков,
- процедуру оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением исключительно электронного обучения.

12.8. Взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством сети Интернет.

12.9. Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией лиц, ее использующих и поддерживающих.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

12.10. Совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств образовательной организации обеспечивает освоение обучающимися программы в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

12.11. Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, которое подлежит обновлению при необходимости.

12.12. Реализация настоящей Программы обеспечивается педагогическими работниками и/или лицами, привлекаемыми образовательной организацией к реализации Программы на их условиях.

13. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Образовательная деятельность обучающихся по программе может быть организована в форме таких видов учебных занятий как: лекции (видеоуроки), практические и семинарские занятия, лабораторные работы, деловые игры, ролевые игры, тренинги, консультации, выполнение аттестационной, проектной работы и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом образовательной программы.

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Организация учебного процесса по программе регламентируется расписанием занятий и настоящей дополнительной профессиональной программой.

Слушатели имеют право на зачет результатов освоения ими учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, дополнительных образовательных программ, подтверждаемых документами об образовании и (или) о квалификации либо документами об обучении, в том числе полученными в иностранном государстве, при условии соответствия содержания этих учебных предметов, дисциплин (модулей) целям реализации данной программы и ожидаемым результатам обучения.

Педагоги при реализации программы имеют право на свободу выбора и использования педагогически обоснованных форм, методов и средств обучения и воспитания.

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Список литературы:

Основная литература:

1. Главные российские ИТ-тренды — 2024 Под редакцией Е.П. Зараменских, М.В. Иванющенковой
2. Ефремов А.А., Носова В.А. Меры стимулирования развития экспорта информационных технологий в России: состояние и потребности их правовой поддержки // Вопросы государственного и муниципального управления. 2025. № 3. С. 151–182.

Интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary - <https://elibrary.ru/>

