




**Частное учреждение высшего образования
«Институт государственного администрирования»**

**Факультет Экономики и управления
Кафедра Экономики и менеджмента**

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
 П.Н. Рузанов
«26» августа 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ»**

**Направление подготовки:
38.04.01 «Экономика»
Профиль: «Экономика и внешнеэкономическая деятельность»
Квалификация – магистр
Форма обучения: очная, заочная**

Москва 2021

Направление подготовки	38.04.01 «Экономика»
Направленность (профиль) подготовки	(код и наименование направления подготовки) «Экономика и внешнеэкономическая деятельность»
Квалификация выпускника	(наименование профиля подготовки) магистр
Форма обучения	Очная/заочная

Рабочая программа по дисциплине **«Международный маркетинг»** составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования к минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра для обучающихся по направлению подготовки **38.04.01 «Экономика»**

СОСТАВИТЕЛЬ :

Доктор экономических наук, профессор

Омарова З.К.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	10
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	10
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	11
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	13
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	21
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	31
8. Программное обеспечение (комплект лицензионного программного обеспечения)	33
9. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы	33
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса	34

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Международный маркетинг», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Цель изучения дисциплины является изучение влияния интернационализации национальной экономики и глобализации мировых рынков на деятельность предприятий, а также формирование у учащихся совокупности знаний в области теории и практики международного маркетинга, приобретение умений и навыков самостоятельной разработки и проектирования деятельности в области внешнеторговой маркетинговой деятельности.

Задачи изучения дисциплины направлены на обеспечение необходимыми знаниями в области международной маркетинговой деятельности, формирование умений анализировать современные проблемы в области международного маркетинга и находить пути их решения, обеспечение необходимыми навыками использования маркетинговых инструментов в международной деятельности.

В процессе изучения дисциплины магистранты должны:

Знать: основные термины и понятия дисциплины («международный маркетинг», «глобальный маркетинг», «конкурентоспособность товара», «стратегии входа на международный рынок») возможные условия и риски, связанные с выходом на международный рынок, договорную политику в международном маркетинге.

Уметь: выявлять особенности международного маркетинга, определять причины выхода предприятия на международный рынок, принципы и методы маркетинга на внешних рынках, формировать формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями.

Владеть: навыками составлять бизнес-план по выходу на международный рынок, анализировать тенденции развития и совершенствования международного маркетинга, оформлять договорные отношения во внешнеэкономической деятельности, определять наиболее эффективную коммуникативную стратегию.

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Международный маркетинг»:

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОК-1	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<p>Знать: формы и принципы организации исследовательских и проектных работ в управлении коллективом.</p> <p>Уметь: анализировать микроэкономические явления на уровне фирмы и рынков, организовывать модельные исследовательские и проектные работы, адаптировать знания микроэкономики к профессиональной сфере деятельности экономиста на фирме.</p> <p>Владеть: практическими навыками организации исследовательских и проектных работ в управлении коллективом фирмы.</p>
ОК-2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<p>Знать: организационную структуру и систему управления предприятием и его финансами, содержание правовых и нормативных документов, регулирующих деятельность предприятия и методы ее оценки</p> <p>Уметь: Выявлять отклонения в деятельности предприятия от принятых стандартов, разрабатывать мероприятия по изменению деятельности предприятия, уметь оценивать релевантность принятых управленческих решений.</p> <p>Владеть: Навыками анализа и прогноза деятельности предприятия, методикой выявления рисков и оценки принятых управленческих решений</p>
ОК-3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p>Знать: особенности функционирования экономического знания в современном обществе, духовных ценностях, их значении в жизни общества.</p> <p>Уметь: применять философские принципы и законы; развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования; самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения</p> <p>Владеть: способностью не просто отражать экономические явления в особенной форме, но и конструировать своеобразную картину социально-экономического мира; -методами системного анализа; работой с литературой, научно-техническими отчетами, справочниками и другими информационными источ-</p>

		никами.
ПК-1	способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований	Знать: содержание и алгоритм подготовки и налаживания деятельности фирмы и предпринимательской деятельности; организационно-экономические и технико-технологические факторы деятельности фирм и предпринимательской деятельности и методы их оптимизации; содержание и порядок целеполагания при решении стратегических и тактических задач фирмы и предпринимательской деятельности и методику их принятия; методы проведения контрольных мероприятий в ходе достижения поставленных целей; круг профессиональных обязанностей и меру ответственности за их выполнение; современные направления рационализации профессиональной деятельности и методы их внедрения;
ПК-2	способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Уметь: формулировать концепции стратегического развития фирмы и предпринимательской деятельности и методы их и корректировки на основании прогнозов; оценивать результаты хозяйственной деятельности фирмы и предпринимательской деятельности и принимать на их основании необходимые корректировки; разрабатывать методические и нормативные документы, способные повысить эффективность деятельности фирмы и предпринимательской деятельности; определять степень ответственности за принимаемые решения для себя и своих коллег; использовать научные, законодательные и организационные методы при отстаивании определенной позиции;
ПК-4	способностью представлять результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада	Владеть: методами проектно-экономической и аналитической работы в условиях неопределенности внешней и внутренней среды; методами персонификации профессиональной ответственности; инструментами и способами реализации разработанных проектов и программ и их контроля.
ПК-3	способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Знать: основные методы и инструменты сбора и анализа экономической информации в области принятия стратегических решений на микроуровне, необходимые для подготовки аналитических материалов и принятия оценочных решений. Уметь: анализировать микроэкономические проблемы в области принятия стратегических решений на микроуровне, формулировать тезисы и обоснование для аналитических материалов;

		Владеть: методами подготовки аналитических материалов для оценки стратегических решений на микроуровне
ПК-5	способностью самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ	Знать: методологию подготовки заданий и разработки проектных решений с учетом фактора неопределенности, разработки соответствующих методических и нормативных документов, а также предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ Уметь: самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ Владеть: навыками подготовки заданий и разработки проектных решений с учетом фактора неопределенности, разработки соответствующих методических и нормативных документов, а также предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ
ПК-9	способностью анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов	Знать: основные формы бухгалтерской и финансовой отчетности; основные виды аудита и правовые последствия аудиторских заключений; Уметь: анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности организаций различных форм собственности, для достижения целей и задач аудита; Владеть: методами сбора, расчета, анализа показателей бухгалтерского учета при проведении аудита; методами составления аудиторских заключений
ПК-11	способностью руководить экономическими службами и подразделениями на предприятиях и организациях различных форм собственности, в органах государственной и муниципальной власти	Знать: закономерности и механизм государственного регулирования национальной экономики; концептуальные основы промышленной политики и ее специфику в России в сравнении с основными моделями, реализуемыми в мировой экономике; инструментарий государственного регулирования экономического роста. сущность и роль фискальной политики в государственном регулировании экономических процессов; механизм функционирования бюджетной системы и основные инструменты налогово-бюджетной политики; современные теории

		<p>институциональной трансформации в приложении к государственной экономической политике.</p> <p>Уметь: самостоятельно находить в печатных и электронных источниках информацию по динамике и структуре экономики России, социально-экономическому развитию и государственному регулированию; проводить первичный критический анализ и обработку информации по национальной экономике, включая вычисление темпов роста, долей, коэффициентов и представление полученных данных в табличном виде; формулировать практические рекомендации по результатам комплексного изучения отдельных проблем экономического и социально-экономического развития России; обобщать и критически оценивать результаты мирового и отечественного опыта научных исследований и политики экономического роста; использовать теоретические знания для анализа бюджетной системы и фискальной политики; оценивать социально-экономическую эффективность налогово-бюджетной политики; оценивать действия монетарных властей и эффективность банковской системы с точки зрения с точки зрения интересов развития национальной экономической системы; оценивать действия региональных властей по критериям социально-экономической эффективности политики.</p> <p>Владеть: аналитическим инструментарием анализа экономических и социальных проблем, оценки эффективности экономической и социальной политики на различных уровнях хозяйственной деятельности; методологией исследования теоретических и прикладных вопросов промышленной политики и государственного регулирования экономического роста; методами прогнозирования экономического роста и последствий принятия политических решений, связанных с реализацией промышленной политики; методикой теоретического анализа эффективности фискальной политики и разработки практических рекомендаций по ее совершенствованию; навыками оценки</p>
--	--	---

		налогово-бюджетной политики с использованием финансово-экономических показателей; методикой расчетов финансово-экономических показателей в процессе принятия государством экономических решений в области денежно-кредитного регулирования; навыками анализа действующих нормативных документов в процессе исследования денежно-кредитной политики государства; навыками поиска и критического использования информации о кредитно-денежной политике; современной методологией исследования и разработки региональной социально-экономической политики.
ПК-12	способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности	Знать: принципы поведения фирмы в долговременном периоде, методы разработки стратегии поведения фирмы на различных рынках; Уметь: анализировать и прогнозировать стратегию фирмы на микроэкономическом уровне, разрабатывать аналитические материалы для принятия стратегических решений на уровне фирмы; Владеть: навыками разработки модельной стратегии развития фирмы на различных рынках.
ПК-14	способностью разрабатывать учебные планы, программы и соответствующее методическое обеспечение для преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования	Знать: методы реализации проектов микроэкономического анализа и возможности их использования на практике; Уметь: анализировать проблемы микроэкономической теории и практики, использовать полученные результаты в исследовательских работах; Владеть: практическими навыками разработки методических и нормативных документов при реализации проектов и программ

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Международный маркетинг» относится к вариативной части Б1.В.ОД.8.

Освоение курса базируется на дисциплинах бакалавриата направлений «Экономика» и «Менеджмент», изученных студентами в высшем учебном заведении. Кроме того, она опирается на дисциплины изучаемые студентом в магистратуре, такие как макро и микроэкономика (продвинутый уровень), история и методология науки и производства, теория отраслевых рынков.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетных единицы (ЗЕ*), 108 академических часа.

3.1. Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий (в часах)

Вид работы	Трудоемкость		Зачетные единицы
	Академические часы		
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения	
Общая трудоемкость	108	108	3
Аудиторная работа, всего:	28	12	
Лекции	10	4	
Практические занятия/семинары, в том числе:	18	8	
Самостоятельная работа, всего:	53	87	
Внеаудиторные самостоятельные работы	0		
Самоподготовка (<i>самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников, подготовка к практическим занятиям,</i>	53	87	
Контроль	27	9	
Вид промежуточной аттестации (зачет/экзамен)	Экзамен	Экзамен	

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах) очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоёмкость (в часах) всего	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости
			аудиторные учебные занятия		самостоя- тельная ра- бота обу- чающихся	
			лекции	семинар- ские заня- тия		
1.	Тема 1. Понятие международного маркетинга	12	2	2	8	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
2.	Тема 2. Изучение внешних рынков	13		4	9	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
3.	Тема 3. Стратегии выхода на международный рынок	14	2	2	9	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
4.	Тема 4. Экспортная товарная политика	14	2	2	9	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
5.	Тема 5. Ценовая политика	14	2	2	9	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
6.	Тема 6. Международная коммуникационная политика	14	2	2	9	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
Контроль		27				
ИТОГО:		108	10	18	53	

Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах) **заочная форма обучения**

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоёмкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости
			аудиторные учебные занятия		самостоятельная работа обучающихся	
			лекции	семинарские занятия		
1.	Тема 1. Понятие международного маркетинга	25	2	2	21	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
2.	Тема 2. Изучение внешних рынков					сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
3.	Тема 3. Стратегии выхода на международный рынок	21			21	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
4.	Тема 4. Экспортная товарная политика					сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
5.	Тема 5. Ценовая политика	26		4	22	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
6.	Тема 6. Международная коммуникационная политика	27	2	2	23	сообщение, опрос, тесты, доклад, эссе, задачи
Контроль		9				
ИТОГО:		108	4	8	87	

4.2 Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Тема 1. Понятие международного маркетинга.

Интернационализация мирового хозяйства. Понятие международного маркетинга. Среда международного маркетинга. Особенности международного маркетинга.

Тема 2. Изучение внешних рынков.

Маркетинговые исследования международных рынков. Источники информации о международных рынках. Анализ полученной информации.

Тема 3. Стратегии выхода на международный рынок.

Возможные условия и риски, связанные с выходом на международный рынок. Стратегии входа на международный рынок. Каналы товародвижения в международной торговле.

Тема 4. Экспортная товарная политика.

Стратегии адаптации товара на внешнем рынке. Конкурентоспособность товара на внешнем рынке. Ассортиментная политика. Дизайн и упаковка экспортного товара. Сервисная политика международном маркетинге.

Тема 5. Ценовая политика.

Ценовая политика. Расчет экспортной цены. Цены на мировом рынке. Ценовые стратегии в международном маркетинге.

Тема 6. Международная коммуникационная политика.

Маркетинговые средства коммуникаций. Коммуникативные стратегии. Рекламные кампании на международных рынках. Договорная политика в международном маркетинге. Основные разделы внешнеторгового контракта. Международные торговые сделки.

5.Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Самостоятельная работа студентов в ходе семестра является важной составной частью учебного процесса и необходима для закрепления и углубления знаний, полученных в период сессии на лекциях, практических и интерактивных занятиях, а также для индивидуального изучения дисциплины в соответствии с программой и рекомендованной литературой. Самостоятельная работа выполняется в виде подготовки домашнего задания

или сообщения по отдельным вопросам, реферативного обзора или эссе.

Контроль качества самостоятельной работы может осуществляться с помощью устного опроса на лекциях или практических занятиях, проведения коллоквиума, проверки реферативных обзоров и эссе.

Устные формы контроля помогут оценить владение студентами жанрами научной речи (дискуссия, диспут, сообщение, доклад и др.), в которых раскрывается умение студентов передать нужную информацию, грамотно использовать языковые средства, а также ораторские приемы для контакта с аудиторией. Письменные работы помогут преподавателю оценить владение источниками, научным стилем изложения, для которого характерны: логичность, точность терминологии, обобщенность и отвлеченность, насыщенность фактической информацией.

Эссе

Слово «эссе» в переводе с французского языка (*essai*) означает «опыт, очерк, попытка». Это форма представления письменного материала, отличающаяся сочетанием глубины и актуальности рассматриваемой проблемы с простым, искренним, подчеркнуто индивидуальным стилем изложения. Создателем этого литературного жанра считается французский философ-гуманист Мишель Эйкли де Монтень, назвавший свое основное философское произведение «Опыты». (Сочинение направлено против догматизма в мышлении и проникнуто духом гуманизма и вольнодумства).

Целесообразность использования этой формы самостоятельной работы в процессе обучения подтверждается, прежде всего, тем, что она позволяет формировать и развивать у студентов *навык выработки суждения*, наличие которого является одним из основных критериев оценки качества специалиста.

Использование формы эссе дает возможность преподавателям выявлять способность и умение студентов излагать изученный материал своими словами, оценивать уровень понимания и усвоения ими полученной информации. Студенты получают возможность (особенно на младших

курсах, когда у них еще недостаточно развит навык системного изложения материала) высказать свое мнение о предмете в доступном для них стиле.

При написании эссе студенты должны учитывать следующие методические требования:

- в этой форме самостоятельной работы студенту следует *высказываться* свободно и открыто, не оглядываясь на авторитеты, устоявшиеся мнения, критично оценивать рассматриваемый материал, указывать на нечетко или непонятно сформулированные позиции, противоречия, замеченные при ознакомлении с тем или иным источником информации. При этом *критика* должна быть *аргументированной и конструктивной*;


- в этой форме самостоятельной работы *вполне допускается* заблуждение, высказывание ошибочной и, даже, заведомо неверной (с общепринятых позиций) точки зрения (как известно, это является одним из условий появления новых и оригинальных идей);

- студенту необходимо высказать именно *собственную* точку зрения, свое *согласие* или *несогласие* с имеющимися позициями и высказываниями по данному вопросу. Эссе *не должно быть простым изложением* полученных сведений;

- написание эссе должно быть основано на *предварительном ознакомлении* не менее чем с *тремя* различными произведениями (с указанием их авторов и названий);

- в эссе должны иметь место *сопоставление и оценка* различных точек зрения по рассматриваемому вопросу (с обязательной ссылкой на названия публикаций и их авторов);

- в эссе должно быть *сведено до минимума или исключено дословное переписывание* литературных источников, материал должен быть изложен *своими словами*;

-  объем эссе, в зависимости от темы, может колебаться от 5 до 30 страниц (полуторный межстрочный интервал, шрифт Times New Roman,

размер - 14).

Реферативный обзор

Слово «реферат» в переводе с латинского языка (*refero*) означает «докладываю», «сообщаю». Реферат – это краткое изложение содержания первичного документа. Реферат-обзор, или реферативный обзор, охватывает несколько первичных документов, дает сопоставление разных точек зрения по конкретному вопросу. Общие требования к реферативному обзору: информативность, полнота изложения; объективность, неискаженное фиксирование всех положений первичного текста; корректность в оценке материала.

В реферативном обзоре студенты демонстрируют умение работать с периодическими изданиями и электронными ресурсами, которые являются источниками актуальной информации по проблемам изучаемой дисциплины.

Реферирование представляет собой интеллектуальный творческий процесс, включающий осмысление текста, аналитико-синтетическое преобразование информации и создание нового текста. Задачи реферативного обзора как формы работы студентов состоят в развитии и закреплении следующих навыков:

- осуществление самостоятельного поиска статистического и аналитического материала по проблемам изучаемой дисциплины;
- обобщение материалов специализированных периодических изданий;
- формулирование аргументированных выводов по реферируемым материалам;
- четкое и простое изложение мыслей по поводу прочитанного.

Выполнение реферативных справок (обзоров) расширит кругозор студента в выбранной теме, позволит более полно подобрать материал к будущей выпускной квалификационной работе.

Тематика реферативных обзоров периодически пересматривается с учетом актуальности и практической значимости исследуемых проблем для

экономики страны.

При выборе темы реферативного обзора следует проконсультироваться с ведущим дисциплину преподавателем. Студент может предложить для реферативного обзора свою тему, предварительно обосновав свой выбор.

При определении темы реферативного обзора необходимо исходить из возможности собрать необходимый для ее написания конкретный материал в периодической печати.

Реферативный обзор на выбранную тему выполняется, как правило, по периодическим изданиям за последние 1-2 года, а также с использованием аналитической информации, публикуемой на специализированных интернет-сайтах.

В структуре реферативного обзора выделяются три основных компонента: библиографическое описание, собственно реферативный текст, справочный аппарат. В связи с этим требованием можно предложить следующий план описания каждого источника:

- все сведения об авторе (Ф.И.О., место работы, должность, ученая степень);
- полное название статьи или материала;
- структура статьи или материала (из каких частей состоит, краткий конспект по каждому разделу);
- проблема (и ее актуальность), рассмотренная в статье;
- какое решение проблемы предлагает автор;
- прогнозируемые автором результаты;
- выходные данные источника (периодическое или неперіодическое издание, год, месяц, место издания, количество страниц; электронный адрес).
- отношение студента к предложению автора.

Объем описания одного источника составляет 1–2 страницы.

В заключительной части обзора студент дает резюме (0,5–1 страница), в котором приводит основные положения по каждому источнику и

сопоставляет разные точки зрения по определяемой проблеме.

Проведение коллоквиума

Коллоквиум (от латинского *colloquium* – разговор, беседа) – одна из форм учебных занятий, беседа преподавателя с учащимися на определенную тему из учебной программы.

Цель проведения коллоквиума состоит в выяснении уровня знаний, полученных учащимися в результате прослушивания лекций, посещения семинаров, а также в результате самостоятельного изучения материала.

В рамках поставленной цели решаются следующие *задачи*:

- выяснение качества и степени понимания учащимися лекционного материала;
- развитие и закрепление навыков выражения учащимися своих мыслей;
- расширение вариантов самостоятельной целенаправленной подготовки учащихся;
- развитие навыков обобщения различных литературных источников;
- предоставление возможности учащимся сопоставлять разные точки зрения по рассматриваемому вопросу.

В результате проведения коллоквиума *преподаватель должен иметь представление*:

- о качестве лекционного материала;
- о сильных и слабых сторонах своей методики чтения лекций;
- о сильных и слабых сторонах своей методики проведения семинарских занятий;
- об уровне самостоятельной работы учащихся;
- об умении студентов вести дискуссию и доказывать свою точку зрения;
- о степени эрудированности учащихся;
- о степени индивидуального освоения материала конкретными

студентами.

В результате проведения коллоквиума *студент должен иметь представление:*

- об уровне своих знаний по рассматриваемым вопросам в соответствии с требованиями преподавателя и относительно других студентов группы;

- о недостатках самостоятельной проработки материала;
- о своем умении излагать материал;
- о своем умении вести дискуссию и доказывать свою точку зрения.

В зависимости от степени подготовки группы можно использовать разные подходы к проведению коллоквиума.

В случае, если большинство группы с трудом воспринимает содержание лекций и на практических занятиях демонстрирует недостаточную способность активно оперировать со смысловыми единицами и терминологией курса, то коллоквиум можно разделить на две части. Сначала преподаватель излагает базовые понятия, содержащиеся в программе. Это должно занять не более четверти занятия. Остальные три четверти необходимо посвятить дискуссии, в ходе которой студенты должны убедиться и, главное, убедить друг друга в обоснованности и доказательности полученного видения вопроса и его соответствия реальной практике.

Если же преподаватель имеет дело с более подготовленной, самостоятельно думающей и активно усваивающей смысловые единицы и терминологию курса аудиторией, то коллоквиум необходимо провести так, чтобы сами студенты сформулировали изложенные в программе понятия, высказали несовпадающие точки зрения и привели практические примеры. За преподавателем остается роль модератора (ведущего дискуссии), который в конце «лишь» суммирует совместно полученные результаты.

Тестирование

Контроль в виде тестов может использоваться после изучения каждой

темы курса.

Итоговое тестирование можно проводить в форме:

- компьютерного тестирования, т.е. компьютер произвольно выбирает вопросы из базы данных по степени сложности;
- письменных ответов, т.е. преподаватель задает вопрос и дает несколько вариантов ответа, а студент на отдельном листе записывает номера вопросов и номера соответствующих ответов.

Для достижения большей достоверности результатов тестирования следует строить текст так, чтобы у студентов было не более 40 – 50 секунд для ответа на один вопрос. Итоговый тест должен включать не менее 60 вопросов по всему курсу. Значит, итоговое тестирование займет целое занятие.

Оценка результатов тестирования может проводиться по 5-балльной системе, когда ответы студентов оцениваются следующим образом:

- «отлично» – более 90% ответов правильные;
- «хорошо» – более 80% ответов правильные;
- «удовлетворительно» – более 70% ответов правильные.

Студенты, которые правильно ответили менее чем на 70% вопросов, должны в последующем пересдать тест. При этом необходимо проконтролировать, чтобы вариант теста был другой;

Чтобы выявить умение студентов решать задачи, следует проводить текущий контроль (выборочный для нескольких студентов или полный для всей группы). Студентам на решение одной задачи дается 15 – 20 минут по пройденным темам. Это способствует, во-первых, более полному усвоению студентами пройденного материала, во-вторых, позволяет выявить и исправить ошибки при их подробном рассмотрении на семинарских занятиях.

Задания для самостоятельной работы студентов:

Тематика докладов и рефератов

1. Интернационализация мирового хозяйства

2. Глобальный маркетинг
3. Неконтролируемые факторы среды международного маркетинга
4. Разработка плана маркетингового исследования зарубежного рынка
5. Интернет как источник информации о внешнем рынке
6. Роль ассоциаций и союзов предпринимателей при работе на внешнем рынке
7. Протекционизм и его роль в мировой экономике
8. Политические факторы среды международного маркетинга
9. Инвестирование в собственное производственное предприятие за рубежом
10. Особенности ведения совместной деятельности с иностранным партнером
11. Управление по контракту в международной торговле
12. Производство по контракту в международной торговле
13. Каналы товародвижения в международной торговле
14. Стратегия адаптации товара на внешнем рынке
15. Конкурентоспособность товара на внешнем рынке
16. Ассортиментная политика на внешнем рынке
17. Расчет экспортной цены
18. Стратегия дифференциации цен на внешних рынках
19. Разработка рекламной кампании на внешних рынках
20. Роль PR деятельности в международной торговле
21. Международные выставки и ярмарки и их роль
22. Клиринговые сделки в международной торговле
23. Лизинговые сделки в международной торговле

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Международный маркетинг».

6.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине.

1.Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№	Контролируемые разделы дис-	Код	контролируемой	Наименование
---	-----------------------------	-----	----------------	--------------

п/п	циплины (результаты по разделам)	компетенции (или её части) / и ее формулировка*	оценочного средства
1.	Темы 1-3. Понятие международного маркетинга. Изучение внешних рынков. Стратегии выхода на международный рынок	ОК-1, ОК-2, ОК-3, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4	Сообщение тест
2.	Темы 3-4. Экспортная товарная политика. Ценовая политика. Международная коммуникационная политика	ПК-4, ПК-5, ПК-9, ПК-11, ПК-12, ПК-14	Кейс-задача тест

2а) Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

ОБЩИЙ КРИТЕРИЙ ОЦЕНКИ РАБОТЫ	A (90-100%)	Работа (письменный ответ) полностью отвечает целям/задачам обучения по данному курсу.
	B (82-89%)	Работа (письменный ответ) в основном отвечает целям/задачам обучения по данному курсу.
	C (75-81%)	Работа (письменный ответ) отвечает отдельным целям/задачам обучения по данному курсу, однако имеет серьезные недостатки в отношении остальных целей/задач.
	D (67-74%)	Работа (письменный ответ) не отвечает большинству или всем целям/задачам обучения по данному курсу.
	E (60-67%)	Работа (письменный ответ) совершенно не соответствует/противоречит целям данного курса; и/или не достигла их.
СООБЩЕНИЕ	A	Самостоятельное и оригинальное осмысление материала; ясное и убедительное рассуждение; мощный и убедительный анализ.
	B	Четкость логики и анализа, некоторая оригинальность в осмыслении материала, в целом работа хорошо аргументирована и убедительна.
	C	Удовлетворительные построение и анализ при отсутствии оригинальности или критического осмысления материала.
	D	Логика слабая, оригинальность отсутствует и/или материал недостаточно критически осмыслен.
	E	Логика крайне слабая, отсутствует или неадекватна выбранной теме.
РАБОТА С НОРМАТИВНОЙ БАЗОЙ	A	Умелая организация материала; отличное знание основных нормативных документов.
	B	Материал разумно отобран; продемонстрировано знание нормативной базы.

	C	Продemonстрировано знание нормативных документов, однако могут быть допущены ошибки при ответе на заданный вопрос.
	D	Продemonстрировано частичное знание нормативных документов, не всегда дается верное объяснение на заданный вопрос.
	E	Продemonстрировано слабое знание нормативных документов, не всегда дается верное объяснение на заданный вопрос.
РАБОТА В КОМАНДЕ (кейс)	A	Обоснованное и оригинальное применение теоретических идей к анализу практического опыта, фактов и проблем, способность предлагать верные решения и убеждать других членов команды.
	B	Достаточное применение теоретических идей к анализу сложившейся ситуации, активное участие в выработке коллективного решения.
	C	Удовлетворительное применение теоретических идей к анализу сложившейся ситуации, частичное участие в выработке коллективного решения.
	D	Слабое применение теоретических идей к анализу сложившейся ситуации, делегирование значительной части работы другим членам команды.
	E	Слабое применение теоретических идей к анализу сложившейся ситуации, нежелание работать в команде.
ОБЩИЕ УМЕНИЯ	A	Проявлено абсолютно уместное и точное применение широкого спектра общих умений, предусмотренных данным курсом и заданием.
	B	Проявлено владение достаточно широким спектром соответствующих умений.
	C	Проявлено владение удовлетворительным спектром соответствующих умений.
	D	Использованы отдельные общие умения; они применяются слабо или неадекватно.
	E	Работа показывает недостаточную компетентность в области общих умений; крайне слабая работа.

2б) Описание шкал оценивания

№/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Устный опрос	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представ-	Перечень вопросов для об-

		ляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определённой учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.	суждения
2.	Командное решение задач, поставленных преподавателем	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Практические ситуации по теме семинара
3.	Решение практических задач	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Практические ситуации по теме семинара
4.	Контрольное тестирование	Письменная работа, состоящая из тестовых заданий	Тест по разделу 1 Тест по разделу 2 Тест по разделу 3

Примерные тестовые задания для оценки текущих знаний студентов

Вопрос 1. Термин «многонациональный маркетинг»:

- а) тождественен термину «международный маркетинг»
- б) маркетинговая деятельность, проводимая во многих странах
- в) применим к маркетингу на предприятиях, на которых работают люди разных национальностей.

- г) тождественен термину «глобальный маркетинг»

Вопрос 2. Глобальный маркетинг применяется к товарам:

- а) производственного назначения
- б) потребление которых не зависит от национальных особенностей
- в) престижным товарам
- г) технически сложным товарам

Вопрос 3. Первым этапом процесса интернационализации хозяйственной деятельности является:

- а) развитие производительных сил
- б) международное разделение труда
- в) международная экономическая интеграция
- г) научно-технический процесс

Вопрос 4. К каким факторам относится экономическое состояние страны:

- а) к контролируемым
- б) к неконтролируемым
- в) к тем и к другим
- г) нет правильного ответа

Вопрос 5. Компонентом глобализации мировой экономики не является:

- а) миграция рабочей силы
- б) формирование глобальной инфраструктуры
- в) протекционизм отдельных государств
- г) все выше перечисленные ответы

Вопрос 6. Наличие ресурсов (сырья, материалов, энергии, трудовых ресурсов и т.п.) для развития производства относится к:

- а) экономическим факторам среды международного маркетинга
- б) политическим факторам среды международного маркетинга
- в) социально-культурным факторам среды международного маркетинга
- г) контролируемым факторам среды международного маркетинга

Вопрос 7. Что из ниже перечисленного относится к причинам, побуждающим предприятия к выходу на международный рынок:

- а) большой спрос на отечественном рынке
- б) снижение зависимости от неблагоприятных ситуаций на внутреннем рынке
- в) отсутствие спроса на внутреннем рынке

г) развитие коммерческих операций

Вопрос 8. К товарам, сервису, рекламе в международном маркетинге предъявляются:

- а) менее высокие требования, чем на отечественном рынке
- б) более высокие требования, чем на отечественном рынке
- в) такие же требования, как на отечественном рынке
- г) никаких требований

Вопрос 9. В международном маркетинге происходит ориентация на потребности:

- а) иностранных потребителей
- б) отечественных потребителей
- в) производства
- г) отечественных и иностранных потребителей

Вопрос 10. Стил ь управления относится к:

- а) социально-культурным факторам среды международного маркетинга
- б) политическим факторам среды международного маркетинга
- в) экономическим факторам среды международного маркетинга
- г) контролируемым факторам среды международного маркетинга

Вопрос 11. Что такое маркетинговое исследование:

а) систематическая подготовка и проведение различных обследований, анализ полученных данных и представление результатов и выводов в виде, соответствующем конкретной маркетинговой задаче, стоящей перед компанией

б) анализ полученных данных и представление результатов и выводов в виде, соответствующем конкретной маркетинговой задаче, стоящей перед компанией

в) систематическая подготовка и проведение различных обследований, анализ полученных данных и представление результатов и выводов

г) исследование собственных возможностей компании

Вопрос 12. Процесс маркетингового исследования состоит из

этапов:

- а) определение целей, сбор информации, предоставление результатов
- б) выбор товара, определение источников получения информации, анализ информации, предоставление результатов
- в) постановка целей и задач, разработка плана исследования, сбор информации, анализ информации, представление результатов
- г) выбор товара, сбор информации о товарах субститутах, разработка плана исследования, анализ информации

Вопрос 13. Проводимое на внешних рынках маркетинговое исследование, как правило, состоит из двух крупных блоков:

- а) исследование рынка и собственных возможностей
- б) изучение спроса и цен
- в) анализ перспектив рынка и цен
- г) собственных возможностей и изучение спроса

Вопрос 14. Что из ниже перечисленного относится к первичной информации для маркетинговых исследований:

- а) опрос потребителей
- б) отчет по продажам
- в) опубликованный в периодической печати обзор рынка
- г) все ответы верны

Вопрос 15. Кредит-бюро:

- а) выдают выписки из реестров и регистрационных книг
- б) предоставляют на основе абонементного обслуживания официальную и конфиденциальную информацию о деятельности тех или иных организаций
- в) проводят маркетинговые исследования рынков
- г) нет правильного ответа

Вопрос 16. Отбор, оценка и ранжирование рынков предполагает:

- а) сегментацию рынка
- б) уменьшение количества потенциальных рынков до оптимума, оценка

отобранных рынков, ранжирование рынков по выбранным критериям

в) определение типов потребителей и их предпочтения

г) прогнозирование предпочтений на выбранном сегменте

Вопрос 17. Аналитико-оценочная работа предполагает:

а) уменьшение количества потенциальных рынков до оптимума, выбор рынка, разработка плана выхода на рынок

б) разработку маркетингового плана

в) сегментацию рынка, определение типов потребителей и их предпочтений, определение потенциала товара, анализ конкурентной среды

г) определение тактических мероприятий

Вопрос 18. Кабинетное исследование предполагает:

а) сбор первичных данных

б) сбор вторичных данных

в) работа на местах с опубликованными данными в периодической печати

г) работа на местах с отчетами по продажам

Вопрос 19. Выбор рынка для экспорта по заданному образцу означает:

а) выбираются образцы товаров для экспорта и анализируются перспективы их продвижения на тех или иных рынках

б) выбирается несколько критериев, уместных и важных для компании и выбираются те рынки, которые сочетаются с требованиями компании

в) компания выбирает рынки, соответствующие национальному рынку как образца

г) все ответы верны

Вопрос 20. Более дорогостоящим является:

а) кабинетное исследование

б) полевое исследование

в) опрос потребителей

г) исследование собственных возможностей

ВОПРОСЫ ДЛЯ ЭКЗАМЕНА

1. Что такое международные экономические отношения?
2. Какие факторы обеспечивают международную маркетинговую деятельность?
3. Каковы цели международного маркетинга?
4. Назовите формы международной кооперации производства.
5. Каковы основополагающие концепции международного маркетинга?
6. Какие виды маркетинга характерны для развития международных экономических связей?
7. Каковы основные предпосылки возникновения международного маркетинга?
8. Какие формы внешнеэкономической деятельности вам известны?
9. В чем заключается сущность международных маркетинговых исследований?
10. Каковы цели и задачи международных маркетинговых исследований?
11. Изложите исторические этапы развития международных маркетинговых исследований.
12. Осветите этапы процесса маркетинговых исследований.
13. Объясните принципы комплексного исследования зарубежного рынка.
14. Проведите смысловое разграничение понятий «кабинетное исследование» и «полевое исследование».
15. Дайте методы оценки зарубежного рынка, выделите специфические особенности.
16. Проведите сравнительную характеристику методов исследования.
17. Каковы основные характеристики экспортного товара?
18. Носителем каких значений является торговая марка в международном маркетинге?
19. Какие функции выполняет упаковка экспортируемой продукции?
20. Какие требования предъявляются к упаковке экспортной продукции в странах ЕС?
21. Назовите основные требования к качеству информации на упаковке для экспорта продуктов питания.
22. Назовите основные стадии международного жизненного цикла инновативного продукта.
23. В чем состоят отличия «постадийного» и «синхронного» выхода товара на внешние рынки?
24. Проведите различие между жизненным циклом пионерного и стандартного продукта.
25. Какие виды цен используются в международной торговле?
26. Назовите особенности ценообразования на зарубежных рынках.
27. Назовите основные ценовые стратегии на внешних рынках.
28. Как различаются ценовые стратегии «старожилов» и «новичков» зарубежных рынков?

29. Назовите основные этапы методики расчета экспортной цены?
30. Какие виды скидок, используемых во внешней торговле, вам известны?
31. Что такое демпинг?
32. Дайте определение международной рекламы
33. Чем отличается sales promotion-акция компании-импортера от рекламы на зарубежном рынке?
34. Расскажите о важнейших средствах международной рекламы.
35. Какие каналы распределения в международном маркетинге вам известны
36. Перечислите виды и функции торговых посредников, к услугам которых прибегают международные компании

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины «Международный маркетинг»

а) основная учебная литература:

1. Диденко Н. И. Международный маркетинг. Основы теории : учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. - М. : Издательство Юрайт, 2017. -153 с. - (Серия : Бакалавр и магистр. Модуль.).
2. Диденко Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 406 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Модуль.).
3. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. Л. Абаев [и др.] ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунин. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 362 с. - (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).
4. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Воробьева [и др.] ; под ред. И. В. Воробьевой, К. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 398 с.- (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).

б) дополнительная учебная литература:

1. Звонова Е.И. Мировая экономика и международные экономические отношения [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Звонова Е.И., Медушевская И.Е.- Электрон. текстовые данные.- Саратов: Вузовское образование, 2014.- 274 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/19285>.- ЭБС «IPR-books»
2. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. -М. : Издательство Юрайт, 2017. - 131 с. - (Серия : Бакалавр и магистр. Модуль.).
3. Любецкий В.В. Практикум по мировой экономике и международным отношениям [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Любецкий В.В.-Электрон. текстовые данные.-Саратов: Вузовское образование, 2014.- 127 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26250>.- ЭБС «IPRbooks»

8. Программное обеспечение (комплект лицензионного программного обеспечения)

Для повышения качества подготовки и оценки полученных знаний часть практических занятий планируется проводить в компьютерном классе с использованием компонентов Microsoft Office 2007, 2008, 2010: Word, Excel, Access, PowerPoint, Visio, 1С: Предприятие.

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Контрольная работа/индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

9. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется компьютерная техника, электронные издания (чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций, видео- аудио- материалов (через Интернет), информационных (справочных) систем, баз данных, организовано взаимодействие с обучающимися посредством электронной почты, скайп, компьютерное тестирование, подготовка проектов с использованием электронного офиса.

информационно-справочные и поисковые системы:

- 1.[http:// econ.worldbank.org](http://econ.worldbank.org) (World Development Report,World Development Indicators)
- 2.[http:// www.un.org /world economic and social survey/](http://www.un.org/world_economic_and_social_survey/)
- 3.[http:// www.imf.org/world ekonomik outlook](http://www.imf.org/world_economic_outlook)
- 4.[http:// www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)
- 5.[http:// www.unctad.org](http://www.unctad.org) (World Investment Report)
- 6.<http://www.imf.org>
- 7.[http:// www. unctad. org](http://www.unctad.org)

- 8.[http:// www. un.org](http://www.un.org)(World Population Prospects)
- 9.[http://www. ilo.org](http://www.ilo.org). (Global Employment Trends)
- 10.[http:// www.fao.org](http://www.fao.org) (The State of Food and Agriculture)
- 11.[http://www. Sipri.org](http://www.sipri.org) (SIPRI Yearbook)
- 12.[http:// www. oecd.org](http://www.oecd.org) (OECD in Figures, OECD Factbook)
- 13.[http://www.cencus.gov](http://www.census.gov) (Statistical Abstract of the United States)
- 14.http://europa.eu.economyfinance/publications/european_economy/forecast/index_en.htm

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Международный маркетинг»

Специализированные лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения и экраном, помещения для проведения практических занятий, оборудованные учебной мебелью и компьютерами со специализированным комплексом программного обеспечения MS Office 2010, библиотека, имеющая рабочие места для студентов, оснащенные компьютером с доступом к базам данных и сети Интернет.