

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Международный маркетинг**

Код модуля
1157357

Модуль
Основы международного менеджмента

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Костылева Наталья Владиславовна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	Международной экономики и менеджмента

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- Костылева Наталья Владиславовна, Доцент, Международной экономики и менеджмента

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Международный маркетинг

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Экзамен	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Международный маркетинг

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-4 -Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	З-1 - Способы выявления и оценки новых рыночных возможностей развития организаций П-1 - Владеть навыками оценки эффективности проектов У-1 - Выбирать варианты проектов и решений с учетом их эффективности для различных сценариев реализации, рыночной конъюнктуры	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	16	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	16	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)		
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов	Шкала оценивания

	обучения (выполненное оценочное задание)	Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно но (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. 1. Теоретические основы международного маркетинга
 2. 2. Факторы окружающей среды международного маркетинга
 3. 3. Международные маркетинговые исследования
 4. 4. Конкурентоспособность продукции на международном товарном рынке
 5. 5. Стратегии международного маркетинга
 6. 6. Внешняя торговля и благосостояние страны
 7. 7. Партнерство в международном маркетинге.
 8. 8. Стратегия реализации сделки с зарубежным партнёром
 9. 9. Маркетинг в международной торговле отдельных стран
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. Оценка уровня конкурентоспособности товаров на международном рынке (на примере товарной группы).
2. Организация международного некоммерческого маркетинга (на примере Европейского Сообщества)
3. Анализ конкурентоспособности импортируемых в Россию товаров (на примере товарной группы).
4. Роль международных знаков качества в оценке уровня конкурентоспособности продукции.
5. Анализ жизненного цикла продукции, ориентированной на экспорт (импорт) (на примере товарной группы и стран-участников).
6. Элементы корпоративной культуры и наиболее значимые ценности в международных компаниях.
7. Особенности внедрения информационных систем в международных компаниях

Примерные задания

Контрольные работы выполняются в форме письменной работы (может быть выбрана форма реферативного изложения материала или эссе). Обязательным условием выполнения контрольной работы является использование материалов статей актуальных периодических изданий. Работа должна содержать анализ обозначенной проблемы. Ориентировочный объём исследовательского текста (включая цитирования) – 5-7 страниц. Контрольная работа выполняется студентами индивидуально и является обязательным контрольным мероприятием.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Механизм организации внешнеэкономической деятельности промышленного предприятия.
2. Роль международных экономических соглашений в организации внешнеторговых связей отечественных предприятий
3. Современное законодательство в сфере организации международных торговых связей.
4. Современная рекламная деятельность предприятия на международном рынке
5. Барьеры проникновения на внешний рынок (на примере отрасли промышленности, государства – участника).
6. Финансово-экономические условия организации международной торговли (на примере государства-участника).
7. Обоснование вступления России в ВТО.
8. Современные регуляторы экспортно-импортных операций.
9. Механизм импортной таможенной очистки груза (на примере товара)
10. Структура таможенных платежей (на примере режима ввоза-вывоза).
11. Антидемпинговая политика в международном ценообразовании.

12. 12. Стратегия ценовой политики предприятия, ориентированного на экспорт
13. 13. Современные методы ценовой политики предприятий-участников международной торговли.
14. 14. Современное законодательство в сфере регулирования связей с общественностью на внешних рынках
15. 15. Современное законодательство по регулированию международной рекламной деятельности.
16. 16. Критерии финансово-экономического благоприятствования международных отношений России и стран СНГ.
17. 17. Позиционирование товара на международном рынке.
18. 18. Маркетинговое исследование внешнего товарного рынка (на примере товарной группы и стран-участников)
19. 19. Критерии сегментирования современного международного рынка (на примере товарной группы).
20. 20. Анализ конкурентоспособности экспортируемой из России продукции (на примере товарной группы)

Примерные задания

Домашние работы выполняются в форме письменной работы (может быть выбрана форма реферативного изложения материала или эссе). Обязательным условием выполнения домашней работы является использование материалов статей актуальных периодических изданий. Работа должна содержать анализ обозначенной проблемы. Ориентировочный объём исследовательского текста (включая цитирования) – 15-20 страниц. Домашняя работа выполняется студентами индивидуально и является обязательным контрольным мероприятием.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. 1. Сущность международного маркетинга. Цели, задачи.
2. 2. Специфика международного маркетинга в России.
3. 3. Экономические факторы внешней среды в международном маркетинге.
4. 4. Политические факторы и факторы государственного регулирования ВЭД.
5. 5. Правовые факторы внешней среды в международном маркетинге.
6. 6. Социально – культурные и прочие факторы внешней среды в международном маркетинге
7. 7. Основные этапы принятия решения по выходу фирмы на внешний рынок
8. 8. Способы выхода фирмы на внешний рынок: экспорт, компенсационные сделки, лицензированные соглашения.
9. 9. Способы выхода фирмы на внешний рынок: франчайзинг, производственная кооперация, производство товара по контракту, управленческие контракты
10. 10. Способы выхода фирмы на внешний рынок: прямое инвестирование, организация сборки за рубежом, совместные предприятия, приобретение зарубежной компании.

- 11.11. Товарная политика в международном маркетинге: контролируемые элементы товарной политики (упаковка, маркировка, товарные знаки).
- 12.12. Товарная политика в международном маркетинге: стратегия простого расширения.
- 13.13. Товарная политика в международном маркетинге: стратегия адаптации продукции.
- 14.14. Товарная политика в международном маркетинге: стратегия «обратного» изображения или новых изобретений.
- 15.15. Товарная политика в международном маркетинге: стратегия прекращения производства товаров.
- 16.16. Основные элементы товарной политики в международном маркетинге
- 17.17. Торговые марки в товарной политики в международном маркетинге.
- 18.18. Этапы формирования системы ценообразования для внешних рынков.
- 19.19. Виды цен в международном маркетинге.
- 20.20. Особенности международной ценовой политики предприятия.
- 21.21. Международные маркетинговые исследования: основные понятия.
- 22.22. Особенности проведения международных маркетинговых исследований
- 23.23. Этапы проведения международных маркетинговых исследований
- 24.24. Рыночная сегментация в международном маркетинге.
- 25.25. Признаки и критерии сегментирования зарубежных целевых рынков.
- 26.26. Отбор целевых сегментов зарубежных рынков.
- 27.27. Стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия.
- 28.28. Экспортная товарная политика предприятия в системе товародвижения.
- 29.29. Методы распространения товаров и услуг на зарубежных рынках.
- 30.30. Продвижение товаров и услуг на зарубежные целевые рынки.
- 31.31. Стимулирование сбыта на международном рынке товаров и услуг.
- 32.32. Транснациональные корпорации: основные понятия, деятельностью.
- 33.33. Прямые иностранные инвестиции как инструмент конкуренции на международном рынке

LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	проектная деятельность учебно-исследовательская, научно-исследовательская профорориентационная деятельность	Технология дебатов, дискуссий Технология «Портфолио работ» Технология формирования уверенности и готовности к	ПК-4	З-1 У-1 П-1	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

	целенаправленна я работа с информацией для использования в практических целях	самостоятельной успешной профессиональн ой деятельности Технология проектного образования			
--	---	---	--	--	--