

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Дипломатическая академия Министерства иностранных дел
Российской Федерации»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) подготовки Внешнеэкономическая деятельность

Формы обучения: очная

Квалификация выпускника: бакалавр

Объем дисциплины (модуля):

в зачетных единицах: 3 з.е.

в академических часах: 108 ак.ч.

Фаркова Н.А. Маркетинг: Рабочая программа дисциплины. — Москва: Дипломатическая академия МИД России, 2025 г.

Рабочая программа по дисциплине «Маркетинг» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, направленность (профиль) программы «Внешекономическая деятельность» составлена Фаркова Н.А. в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования от 12.08.2020 г. № 954

Руководитель ОПОП

Рыбинец А.Г.

Директор библиотеки

Толкачева Ю.В.

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры от 25.02.2025 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой
Мировой экономики

Ткаченко М.Ф.

рекомендована Учебно-методическим советом (УМС) Академии от 20.03.2025 г., протокол № 6

Председатель УМС

Ткаченко М.Ф.

одобрена Ученым Советом Академии 26.03. 2025 г., протокол № 4

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков по основам маркетингового подхода в управлении фирмой на микро-, мезо- и макроуровнях.

Задачи изучения дисциплины является изучение: формирование у обучающихся целостной системы знаний по основам маркетинга как системе деятельности, направленной на реализацию успешного продвижения товаров и услуг на рынках, формирование умений и навыков использования маркетинговых инструментов в экономической деятельности.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: *УК-2.1, УК-2.2, ОПК-4.3*

№ п/п	Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Код и формулировка индикатора компетенции	Планируемые результаты обучения
1	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 2.1. Понимает базовые принципы постановки задач и выработки решений	Знает методы генерирования альтернатив решений и приведения их к сопоставимому виду для выбора оптимального решения; Умеет критически оценивать информацию о предметной области принятия решений;
		УК 2.2. Выбирает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знает основные методы принятия решений, в том числе в условиях риска и неопределенности; Умеет разрабатывать и оценивать альтернативные решения с учетом рисков;
2	ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4.3. Принимает финансово-обоснованные организационно управленческие решения в своей профессиональной деятельности	Знает экономические методы обоснования принятия организационно управленческого решения; Умеет разрабатывать финансово-обоснованные организационно управленческие решения;

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины и виды учебной работы в академических часах с выделением объема контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся

Очная форма обучения

Виды учебной деятельности	Всего	По семестрам			
		1	2	3	4
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	32,5				32,5
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	32				32
• занятия лекционного типа	14				14
• занятия семинарского типа:	18				18
практические занятия	18				18
лабораторные занятия	-				-
в том числе занятия в интерактивных формах	-				-
в том числе занятия в форме практической подготовки	-				-
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	0,5				0,5
2. Самостоятельная работа студентов, всего	75,5				75,5
• курсовая работа (проект)	-				-
• др. формы самостоятельной работы:	75,5				75,5
– освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы;	20				20
– изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);	20				20
– самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках;	9				9
– подготовка к экзамену.	26,5				26,5
3. Промежуточная аттестация: <i>экзамен</i>	26,5				26,5
ИТОГО:	Ак. часов				108
Общая трудоемкость	зач. ед.				3

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

4.1. Содержание дисциплины (раскрывается по разделам и темам)

Тема 1. Введение в маркетинг. Основные концепции. Маркетинговая среда и ее особенности в ВЭД.

Тема 2. Сегментирование рынка и позиционирование. Маркетинговые исследования в международной торговле.\

Тема 3. Маркетинг-микс (4Р) в международном контексте.

Тема 4. Цифровой маркетинг и его роль в ВЭД. Особенности брендинга и продвижения на зарубежных рынках.

Очная форма обучения

№	Раздел дисциплины, тема	Занятия лекционного типа	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа
		ак. час.	ак. час.	ак. час.	ак. час.
1	Тема 1. Введение в основы маркетинга.	2	4		11
2	Тема 2. Сегментирование рынка и	4	4		11

	позиционирование. Маркетинговые исследования в международной торговле.				
3	Тема 3. Маркетинг-микс (4Р) в международном контексте	4	4		11
4	Тема 4. Цифровой маркетинг и его роль в ВЭД. Особенности брендинга и продвижения на зарубежных рынках	4	6		16
ИТОГО		14	18		49

4.2. Самостоятельное изучение обучающимися разделов дисциплины

Очная форма обучения

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения самостоятельной работы
Тема 1. Введение в основы маркетинга.	-освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы; -изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.); -самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках;	Устный опрос по темам;
Тема 2. Сегментирование рынка и позиционирование. Маркетинговые исследования в международной торговле.	-освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы; -изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.); -самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках;	Устный опрос по темам;

Тема 3. Маркетинг-микс (4Р) в международном контексте	-освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы; -изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.); -самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках;	Устный опрос по темам;
Тема 4. Цифровой маркетинг и его роль в ВЭД. Особенности брендинга и продвижения на зарубежных рынках	-освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы; -изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.); -самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках;	Устный опрос по темам; Кейс

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Маркетинг» – закрепить теоретические знания, полученные в ходе лекционных занятий, сформировать навыки в соответствии с требованиями, определенными в ходе занятий семинарского типа.

Подробная информация о видах самостоятельной работы и оценочных средствах для проверки выполнения самостоятельной работы приведена в Методических рекомендациях по самостоятельной работе обучающихся.

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Образцы заданий текущего контроля и промежуточной аттестации Фонда оценочных средств (ФОС) представлены в Приложении к Рабочей программе дисциплины (РПД). В полном объеме ФОС хранится в печатном виде на кафедре, за которой закреплена дисциплина.

6. Перечень нормативных правовых документов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

6.1. Основная литература

1. Мировая экономика и международные экономические отношения : учебник для вузов / под редакцией О. В. Игнатовой, Н. Л. Орловой. - 2-е изд., перераб. и

доп. Москва : Юрайт, 2025. - 340 с. - ISBN 978-5-534-21304-1. - URL: <https://urait.ru/bcode/569605> (дата обращения: 20.01.2025). - Режим доступа: для авторизир. пользователей. - Текст : электронный.

2. Прокушев, Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Прокушев, А. А. Костин ; под редакцией Е. Ф. Прокушева. - 12-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2025. - 479 с. - ISBN 978-5-534-17237-9. - URL: <https://urait.ru/bcode/559806> (дата обращения: 20.01.2025). - Режим доступа: для авторизир. пользователей. - Текст : электронный.

6.2. Дополнительная литература

1. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Основы теории : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. - Москва : Юрайт, 2025. - 153 с. - ISBN 978-5-9916-9799-6. - URL: <https://urait.ru/bcode/561829> (дата обращения: 20.01.2025). - Режим доступа: для авторизир. пользователей. - Текст : электронный.

2. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией И. В. Воробьевой, К. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. - Москва : Юрайт, 2025. - 398 с. - ISBN 978-5-534-02455-5. - URL: <https://urait.ru/bcode/560503> (дата обращения: 20.01.2025). - Режим доступа: для авторизир. пользователей. - Текст : электронный.

3. Овсянников, А. А. Современный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. - Москва : Юрайт, 2025. - 582 с. - ISBN 978-5-534-17729-9. - URL: <https://urait.ru/bcode/568729> (дата обращения: 20.01.2025). - Режим доступа: для авторизир. пользователей. - Текст : электронный.

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем

7.1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая профессиональные базы данных

1. Федеральная служба государственной статистики : официальный сайт. - Москва. - URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 20.01.2025). - Текст : электронный.

2. Правительство Российской Федерации : официальный сайт. - Москва. - Обновляется в течение суток. - URL: <http://government.ru> (дата обращения: 20.01.2025). - Текст : электронный.

3. Центральный банк Российской Федерации : официальный сайт. - Москва. - URL: <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 20.01.2025). - Текст : электронный.

4. Министерство финансов Российской Федерации : официальный сайт. - Москва. - URL: <https://minfin.gov.ru/ru/> (дата обращения: 20.01.2025). - Текст : электронный.

7.2. Информационно-справочные системы

СПС КонсультантПлюс. компьютерная справочная правовая система, широко используется учеными, студентами и преподавателями (подписка на ПО)

7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том

числе отечественного производства.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

-Microsoft Office - 2016 PRO (Полный комплект программ: Access, Excel, PowerPoint, Word и т.д);

-Программное обеспечение электронного ресурса сайта Дипломатической Академии МИД России, включая ЭБС; 1С: Университет ПРОФ (в т.ч., личный кабинет обучающихся и профессорско-преподавательского состава);

-Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» версия 3.3 (отечественное ПО);

-Электронная библиотека Дипломатической Академии МИД России на платформе «МегаПро» - <https://elib.dipacademy.ru/MegaPro/Web.;>

-ЭБС «Лань» - [https://e.lanbook.com/;](https://e.lanbook.com/)

-Справочно-информационная полнотекстовая база периодических изданий «East View» - [http://dlib.eastview.com.;](http://dlib.eastview.com;)

-ЭБС «Университетская библиотека - online» - [http://biblioclub.ru.;](http://biblioclub.ru;)

-ЭБС «Юрайт» - [http://www.urait.ru.;](http://www.urait.ru;)

-ЭБС «Book.ru» - [https://www.book.ru/;](https://www.book.ru/)

-ЭБС «Znaniy.com» - [http://znaniy.com/;](http://znaniy.com/)

-ЭБС «IPR SMART» - [http://www.iprbookshop.ru/;](http://www.iprbookshop.ru/)

-7-Zip (свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных) (отечественное ПО);

-AIMP Бесплатный аудио проигрыватель (лицензия бесплатного программного обеспечения) (отечественное ПО);

-Foxit Reader (Бесплатное прикладное программное обеспечение для просмотра электронных документов в стандарте PDF (лицензия бесплатного программного обеспечения);

-Система видеоконференц связи BigBlueButton (<https://bbb.dipacademy.ru>) (свободно распространяемое программное обеспечение).

-Система видеоконференц связи «Контур.Талк» (отечественное ПО);

- Система видеоконференц связи МТС.Линк (отечественное ПО).

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

8. Описание материально–технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Дисциплина «Маркетинг» обеспечена:

учебной аудиторией для проведения занятий лекционного типа, оборудованной мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций, набором демонстрационного оборудования;

учебной аудиторией для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной

аттестации, оборудованной учебной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации: проекторное оборудование, интерактивная доска;

Учебные аудитории соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам, укомплектованы учебной мебелью.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, обеспечивающей доступ к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде Академии.

Обновление рабочей программы дисциплины

Наименование раздела рабочей программы дисциплины, в который внесены
изменения

(измененное содержание раздела)

Наименование раздела рабочей программы дисциплины, в который внесены
изменения

(измененное содержание раздела)

Наименование раздела рабочей программы дисциплины, в который внесены
изменения

(измененное содержание раздела)

Рабочая программа дисциплины:
обновлена, рассмотрена и одобрена на 20___/___ учебный год на заседании кафедры
_____ от _____ 20___ г., протокол № _____

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Дипломатическая академия Министерства иностранных дел
Российской Федерации»**

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по
дисциплине**

МАРКЕТИНГ

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) подготовки Внешнеэкономическая деятельность

Формы обучения: очная

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель фонда оценочных средств по дисциплине (модулю) (далее ФОС) - установление соответствия уровня сформированности компетенций обучающегося, определенных в ФГОС ВО по соответствующему направлению подготовки и ОПОП ВО.

Задачи ФОС:

- контроль и управление достижением целей реализации ОПОП, определенных в виде набора компетенций выпускников;
- оценка достижений обучающихся в процессе изучения дисциплины с выделением положительных/отрицательных;
- контроль и управление процессом приобретения обучающимися необходимых знаний, умений, навыков, определенных в ФГОС ВО и ОПОП ВО;
- обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс Академии.

Оценочные материалы разрабатываются с учетом следующих принципов:

- актуальность (соответствие действующим нормативным правовым актам, отраслевым регламентам, ГОСТ (ам) и т.д.);
- адекватность (ориентированность на цели и задачи ОПОП, дисциплины (модуля), практик, НИР, их содержание);
- валидность (возможность использования для «измерения» сформированности компетенций с целью получения объективных результатов);
- точность и однозначность формулировок (недопущение двусмысленного толкования содержания задания);
- достаточность (обеспечение наличия многовариантности заданий);
- наличие разнообразия методов и форм.

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств (ФОС) является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу данной дисциплины.

Рабочей программой дисциплины «Маркетинг» предусмотрено формирование следующих компетенций: *УК-2.1, УК-2.2, ОПК-4.3*

2. Показатели и критерии оценивания контролируемой компетенции на различных этапах формирования, описание шкал оценивания

Применение оценочных средств на этапах формирования компетенций

Код и наименование формируемой компетенции	Код и формулировка индикатора достижения формируемой компетенции	Результаты обучения	Наименование контролируемых разделов и тем дисциплины (модуля)	Наименование оценочного средства	
				контрольная точка текущего контроля	промежуточная аттестация
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 2.1. Понимает базовые принципы постановки задач и выработки решений	Знает методы генерирования альтернатив решений и приведения их к сопоставимому виду для выбора оптимального решения; Умеет критически оценивать информацию о предметной области принятия решений;	Тема 1. Введение в основы маркетинга. Концепции, функции и цели Тема 2. Основное содержание концепции многонационального рынка Тема 3. Исследование мировых рынков. Общая информация о методах исследования Тема 4. Ценовая политика фирмы в маркетинге	Контрольная работа в виде теста по темам 1-3	Вопросы для экзамена
	УК 2.2. Выбирает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знает основные методы принятия решений, в том числе в условиях риска и неопределенности; Умеет разрабатывать и оценивать альтернативные решения с учетом рисков;			
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК-4.3. Принимает финансово-обоснованные организационно-управленческие решения в своей профессиональной деятельности	Знает экономические методы обоснования принятия организационно-управленческого решения; Умеет разрабатывать финансово-обоснованные организационно-управленческие решения;			

3. Контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности (индикаторов достижения компетенций), характеризующих результаты обучения в процессе освоения дисциплины и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

3.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля

Оценочные средства по дисциплине “Маркетинг” состоят из устных опросов, решения задач и тестирования.

Текущий контроль по дисциплине проводится не более 1 раза за период освоения общественных дисциплин. В качестве оценочного средства для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине используется: *контрольная работа в виде теста.*

Семинар 1. Основы маркетинга и его роль в ВЭД

Максимальное количество баллов -2 балла.

Вопросы:

1. Понятие и эволюция маркетинга.
2. Отличия маркетинга на внутреннем и международном рынках.\
3. Анализ маркетинговой стратегии компании-экспортера

Семинар 2. Анализ маркетинговой среды (2 ч.)

Максимальное количество баллов -2 балла.

Вопросы:

1. PEST-анализ международного рынка.
2. Влияние культурных различий на маркетинг.
3. Практическое задание: SWOT-анализ компании, работающей на экспорт.

Семинар 3. Сегментирование и позиционирование в международном маркетинге (2 ч.)

Максимальное количество баллов -2 балла.

Вопросы:

1. Критерии сегментирования зарубежных рынков.
2. Разработка позиционирования товара для разных стран.\
3. Сравнение сегментов рынка в ЕС и Азии.

Семинар 4. Маркетинговые исследования в ВЭД (2 ч.)

Максимальное количество баллов -2 балла.

Вопросы:

1. Методы сбора данных на международных рынках.
2. Анализ конкурентов в разных странах.
3. Практикум: Разработка анкеты для исследования предпочтений иностранных потребителей.

Семинар 5. Товарная и ценовая политика в международном маркетинге (2 ч.)

Максимальное количество баллов -2 балла.

Вопросы:

1. Адаптация товара под требования зарубежного рынка.
2. Стратегии ценообразования в ВЭД (демпинг, премиальное ценообразование и др.).
3. Установка цены на продукцию для рынка Ближнего Востока.

Семинар 6. Продвижение и дистрибуция в международном маркетинге (2 ч.)

Максимальное количество баллов -2 балла.

Вопросы:

1. Каналы распределения в разных странах.
2. Особенности рекламы в различных культурах.
3. Разработка плана продвижения продукта в выбранной стране.

Семинар 7. Цифровой маркетинг в ВЭД (2 ч.)

Максимальное количество баллов -2 балла.

Вопросы:

1. Инструменты digital-маркетинга для международных продаж.
2. SEO, таргетированная реклама и SMM для экспортеров.
3. Анализ успешных кейсов (AliExpress, Amazon и др.).

Семинар 8. Брендинг и международные маркетинговые коммуникации (2 ч.)

Максимальное количество баллов -2 балла.

Вопросы:

1. Создание глобального бренда.
2. Особенности нейминга и упаковки в разных странах.
3. Разбор ошибок в международных рекламных кампаниях.

Семинар 9. Итоговый кейс-практикум (2 ч.)

Максимальное количество баллов -4 балла.

Задание по кейсу для : "Разработка маркетингового плана вывода товара на зарубежный рынок"

Критерии оценки	
Макс.3,25 баллов (в соответствии с балльно-рейтинговой системой)	Обоснованно получен полный и правильный ответ на устный вопрос, имеет конспект по теории, разобранные примеры и верно решено не менее двух задачи. (100 %)
2 балла	Обоснованно получен правильный ответ на устный вопрос; получено верное решение одной задачи; ИЛИ Получен неполный ответ на устный вопрос, имеет конспект и разобранные примеры
0 -1 балл	Не имеет правильного ответа на устный вопрос., не имеет конспекта по самостоятельной работе, нет решенных задач.

Критерии оценки (кейс)	
4 балла	Правильно и развернуто ответил на поставленный вопрос в соответствии с планом, утвержденным преподавателем; Использовал терминологию по дисциплине; Применил навыки обобщения и анализа информации с использованием нормативно-законодательных документов; Высказал свою точку зрения;

	Подготовил четкую презентацию по всем элементам ответа в соответствии с планом; Продемонстрировал знание
0-3 балла	Правильно и развернуто ответил на часть поставленного вопроса в соответствии с планом, утвержденным преподавателем; Использовал терминологию по дисциплине; Применил навыки обобщения и анализа информации с использованием нормативно-законодательных документов; Не высказал свою точку зрения; Подготовил презентацию, которая содержит только часть элементов ответа в соответствии с планом; Не продемонстрировал полное знание проблемы; Не высказал свою точку зрения

Текущий контроль по дисциплине проводится не более 1 раза за период освоения общественных дисциплин. В качестве оценочного средства для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине используется контрольная работа.

Вариант теста

1. Сегментирование рынка – это:
 - a) Разделение рынка на однородные группы потребителей.
 - b) Установка цен на товары.
 - c) Продвижение продукта в СМИ.
2. Географическое сегментирование учитывает:
 - a) Уровень дохода.
 - b) Климат и регион.
 - c) Образ жизни.
3. Позиционирование – это:
 - a) Размещение товара на полке.
 - b) Создание образа продукта в сознании потребителя.
 - c) Логистика товара.
4. Первичные данные – это:
 - a) Информация из открытых источников.
 - b) Данные, собранные непосредственно для исследования.
 - c) Статистика прошлых лет.
5. Метод фокус-группы относится к:
 - a) Качественным исследованиям.
 - b) Количественным исследованиям.
 - c) Анализу big data.
6. Какой метод НЕ используется в международных маркетинговых исследованиях?
 - a) PEST-анализ.
 - b) ДНК-тестирование.
 - c) Анкетирование.

7. Адаптация продукта может включать:
- Изменение упаковки.
 - Увеличение цены.
 - Отказ от экспорта.
8. Стратегия "премиального ценообразования" подразумевает:
- Продажу по низким ценам.
 - Установку высоких цен для подчеркивания качества.
 - Бесплатную раздачу товара.
9. Демпинг – это:
- Продажа товара ниже себестоимости.
 - Рекламная акция.
 - Эксклюзивный дизайн упаковки.
10. Компания продает чай в Европу. Какой фактор важнее при адаптации продукта?
- Вкусовые предпочтения.
 - Цвет упаковки.
 - Размер партии.

Критерии оценивания контрольной работы

Макс. 9-10 баллов (в соответствии с балльно-рейтинговой системой)	8–10 правильных ответов (80-100 % ответов)
6-8 баллов	5-7 правильных ответов (67-79 % ответов)
3-5 баллов	2-4 правильных ответов (50-66 % ответов)
0-2 балла	0-1 правильных ответов (менее 50% ответов)

Критерии распределения премиальных баллов

Максимальное количество баллов – 10 баллов

Для обучающихся, показавших высокие результаты в изучении дисциплины, устанавливаются премиальные баллы.

Макс. 6-10 баллов (в соответствии с балльно-рейтинговой системой)	Обучающийся систематически посещал занятия; Продemonстрировал высокое качество и своевременность выполнения всех заданий, предусмотренных по данной дисциплине; Продemonстрировал знания, полученные в ходе изучения дисциплины.
1-5 баллов	Обучающийся несистематически посещал занятия; Представил выполненные задания, предусмотренных по данной дисциплине; Не в полной мере продемонстрировал знания, полученные в ходе изучения дисциплины
0 баллов	Обучающийся не выполнил оценочные критерии

3.2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

В качестве оценочного средства для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используется: *устный экзамен*.

№ п/п	Форма контроля	Форма и условия проведения промежуточной аттестации	Представление оценочного средства в фонде
1.	Экзамен	Экзамен в устной форме. <i>Экзаменационный билет состоит из 2 вопросов и задачи</i>	Перечень вопросов

Вопросы для проведения экзамена

Теоретические вопросы (30 вопросов)

1. Сущность и основные концепции маркетинга.
2. Особенности маркетинга во внешнеэкономической деятельности.
3. Маркетинговая среда: микро- и макросреда.
4. PEST-анализ в международном маркетинге.
5. Сегментирование рынка: критерии и методы.
6. Позиционирование товара на зарубежных рынках.
7. Методы маркетинговых исследований в ВЭД.
8. Анализ конкурентов в международном маркетинге.
9. Товарная политика в международном маркетинге.
10. Адаптация продукта под требования зарубежного рынка.
11. Ценовые стратегии в международной торговле.
12. Демпинг и антидемпинговые меры.
13. Каналы распределения в международном маркетинге.
14. Логистика и управление цепями поставок в ВЭД.
15. Международные маркетинговые коммуникации.
16. Особенности рекламы в разных странах.
17. Digital-маркетинг в международной торговле.
18. SEO и контент-маркетинг для экспортеров.
19. Таргетированная реклама в социальных сетях (SMM).
20. Брендинг в международном маркетинге.
21. Глобальные vs. локальные бренды.
22. Управление репутацией компании на зарубежных рынках.
23. Влияние культурных различий на маркетинговые стратегии.
24. Особенности маркетинга в ЕС, США, Азии.
25. Маркетинговые риски в ВЭД и методы их минимизации.
26. Правовые аспекты международного маркетинга.
27. Этические вопросы в международном маркетинге.
28. Тренды в международном маркетинге (e-commerce, sustainability).
29. Особенности B2B и B2C маркетинга в ВЭД.
30. Кейсы успешных международных маркетинговых стратегий.

Экзаменационный билет состоит из трех элементов (двух вопросов и задачи).
Первый вопрос: максимальное количество баллов – 25 баллов.
Второй вопрос: максимальное количество баллов – 25 баллов,
Задача: максимальное количество баллов – 10 баллов,

Пример экзаменационного билета (2 вопроса + задача)

Билет №1

1. Теоретический вопрос: "Сегментирование рынка в международном маркетинге: критерии и примеры".
2. Практический вопрос: "Разработайте ценовую стратегию для вывода нового продукта на рынок Германии".
3. Задача: Компания-производитель электроники из России планирует выйти на рынок Индии. Проведите SWOT-анализ и предложите основные элементы маркетинг-микса (4Р).

Билет №2

1. Теоретический вопрос: "Особенности digital-маркетинга в международной торговле".
2. Практический вопрос: "Какие каналы продвижения вы выберете для продвижения товара в Китае? Обоснуйте".
3. Задача: Фирма по производству косметики хочет выйти на рынок ОАЭ. Определите:

- о Целевую аудиторию.
- о Необходимую адаптацию продукта.
- о Оптимальные методы продвижения.

Критерии оценивания (экзамен)

Первый элемент - первый вопрос в экзаменационном билете

Максимальное количество баллов – 25 баллов

23-25 баллов ставится в том случае, когда обучающийся обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала по дисциплине, умеет свободно ориентироваться в вопросе. Ответ полный и правильный на основании изученного материала. Выдвинутые положения аргументированы и иллюстрированы примерами. Материал изложен в определенной логической последовательности, осознанно, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Обучающийся уверенно отвечает на дополнительные вопросы.

19-22 баллов ставится в том случае, когда обучающийся обнаруживает полное знание учебного материала, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине. Ответ полный и правильный, подтвержден примерами; но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены 2-3 несущественные погрешности, исправленные по требованию экзаменатора. Обучающийся испытывает незначительные трудности в ответах на дополнительные

вопросы. Материал изложен осознанно, самостоятельно, с использованием современных научных терминов, литературным языком.

10-18 баллов ставится в том случае, когда обучающийся обнаруживает знание основного программного материала по дисциплине, но допускает погрешности в ответе. Ответ недостаточно логически выстроен, самостоятелен. Основные понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаточное раскрытие теоретического материала. Выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный характер. Испытывает достаточные трудности в ответах на вопросы. Научная терминология используется недостаточно.

менее 10 баллов ставится в том случае, когда обучающийся не обнаруживает знание основного программного материала по дисциплине, допускает погрешности в ответе. Ответ недостаточно логически выстроен, самостоятелен. Основные понятия употреблены неправильно, обнаруживается недостаточное раскрытие теоретического материала. Выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; испытывает достаточные трудности в ответах на вопросы. Научная терминология используется недостаточно.

Критерии оценивания (экзамен)

Второй элемент - второй вопрос в экзаменационном билете

Максимальное количество баллов – 25 баллов

23-25 баллов ставится в том случае, когда обучающийся обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала по дисциплине, умеет свободно ориентироваться в вопросе. Ответ полный и правильный на основании изученного материала. Выдвинутые положения аргументированы и иллюстрированы примерами. Материал изложен в определенной логической последовательности, осознанно, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Обучающийся уверенно отвечает на дополнительные вопросы.

19-22 баллов ставится в том случае, когда обучающийся обнаруживает полное знание учебного материала, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине. Ответ полный и правильный, подтвержден примерами; но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены 2-3 не существенные погрешности, исправленные по требованию экзаменатора. Обучающийся испытывает незначительные трудности в ответах на дополнительные вопросы. Материал изложен осознанно, самостоятельно, с использованием современных научных терминов, литературным языком.

10-18 баллов ставится в том случае, когда обучающийся обнаруживает знание основного программного материала по дисциплине, но допускает погрешности в

ответе. Ответ недостаточно логически выстроен, самостоятелен. Основные понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаточное раскрытие теоретического материала. Выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный характер. Испытывает достаточные трудности в ответах на вопросы. Научная терминология используется недостаточно.

менее 10 баллов ставится в том случае, когда обучающийся не обнаруживает знание основного программного материала по дисциплине, допускает погрешности в ответе. Ответ недостаточно логически выстроен, самостоятелен. Основные понятия употреблены неправильно, обнаруживается недостаточное раскрытие теоретического материала. Выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; испытывает достаточные трудности в ответах на вопросы. Научная терминология используется недостаточно.

По окончании процедуры промежуточной аттестации производится перевод баллов в традиционную систему оценивания с учетом баллов, полученных за мероприятия текущего контроля, и промежуточной аттестации.

. Критерии оценивания (экзамен)

Третий элемент - задача в экзаменационном билете

Максимальное количество баллов – 10 баллов

1. 8-10 баллов. Задание выполнено в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий, правильно оформлено, даны комментарии по методам решения. Допускаются арифметические ошибки.

2. 6-7 баллов. Задание выполнено в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий, но допущена одна ошибка или не более двух недочетов, есть недостатки по оформлению и комментариям к решению. Обучающийся может исправить недочеты самостоятельно или с небольшой помощью преподавателя.

3. 4-5 баллов. Решение задачи содержит грубые ошибки, отсутствуют комментарии. Обучающийся может исправить недочеты помощью преподавателя.

4. менее 4 баллов. Решение задачи содержит грубые ошибки либо не решена вовсе. При подсказке обучающийся не способен исправить ошибки.

Результатом освоения дисциплины «Маркетинг» является установление одного из уровней сформированности компетенций: высокий (продвинутый), хороший, базовый, недостаточный.

Показатели уровней сформированности компетенций

Уровень/балл	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные компетенции
Высокий (продвинутый) (оценка «отлично») 86-100	Сформированы четкие системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные и верные. Даны развернутые ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции	Обучающимся усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины, в том числе для решения профессиональных задач. Ответы на вопросы оценочных средств самостоятельны, исчерпывающие, содержание вопроса/задания оценочного средства раскрыто полно, профессионально, грамотно. Даны ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции
Хороший (оценка «хорошо») 71-85	Знания и представления по дисциплине сформированы на повышенном уровне. В ответах на вопросы/задания оценочных средств изложено понимание вопроса, дано достаточно подробное описание ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия. Ответ отражает полное знание материала, а также наличие, с незначительными пробелами, умений и навыков по изучаемой дисциплине. Допустимы единичные негрубые ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень освоения компетенции	Сформированы в целом системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные, грамотные. Продemonстрирован повышенный уровень владения практическими умениями и навыками. Допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков
Базовый (оценка «удовлетворительно») 56-70	Ответ отражает теоретические знания основного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП. Обучающийся допускает неточности в ответе, но обладает необходимыми знаниями для их устранения. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень освоения компетенции	Обучающийся владеет знаниями основного материала на базовом уровне. Ответы на вопросы оценочных средств неполные, допущены существенные ошибки. Продemonстрирован базовый уровень владения практическими умениями и навыками, соответствующий минимально необходимому уровню для решения профессиональных задач

Уровень/балл	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные компетенции
Недостаточный (оценка «неудовлетворительно») Менее 56	<i>Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков</i>	<i>Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков</i>

Обновление фонда оценочных средств

Наименование раздела фонда оценочных средств, в который внесены
изменения

(измененное содержание раздела)

Наименование раздела фонда оценочных средств, в который внесены
изменения

(измененное содержание раздела)

Наименование раздела фонда оценочных средств, в который внесены
изменения

(измененное содержание раздела)

Фонд оценочных средств в составе Рабочей программы дисциплины:
обновлен, рассмотрен и одобрен на 20___/___ учебный год на заседании
кафедры _____ от _____ 20___ г.,
протокол № _____