

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

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**МАРКЕТИНГ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Направление подготовки** 38.04.02 Менеджмент

**Направленность (профиль) подготовки** Управление внешнеэкономической деятельностью

**Формы обучения:** заочная.

**Квалификация выпускника:** Магистр

**Объем дисциплины (модуля):**

в зачетных единицах: 3 з.е.

в академических часах: 108 ак.ч.

Москва

2025

Фаркова Н.А. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности: Рабочая программа дисциплины. – Москва: Дипломатическая академия МИД России, 2025 г.

Рабочая программа по дисциплине (модулю) «Маркетинг во внешнеэкономической деятельности» по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) программы «Управление внешнеэкономической деятельностью» составлена Фарковой Н.А. в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования от 12.08.2020 г. № 952; профессионального стандарта 08.018 «Специалист по управлению рисками», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 30 августа 2018 г. № 452н; профессионального стандарта 08.039 «Специалист по внешнеэкономической деятельности», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 июня 2019 г. № 409н.

Руководитель ОПОП



Ткаченко М.Ф.

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 марта 2025 г., протокол № 6

Председатель УМС



Ткаченко М.Ф.

одобрена Ученым Советом Академии 26 марта 2025 г., протокол № 4

© Дипломатическая Академия МИД России, 2025

© Фаркова Н.А., 2025

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

### Цели освоения дисциплины:

**Целью** дисциплины является изучение маркетингового подхода во внешнеэкономической деятельности при выходе на международные рынки.

### Основные задачи курса:

- формирование у обучающихся целостной системы знаний по маркетингу во внешнеполитической деятельности как системе деятельности, направленной на реализацию успешного продвижения товаров и услуг на внешних рынках,
- формирование умений и навыков использования маркетинговых инструментов в международной 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-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-4.1, ПК-4.2*

№ п/п	Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Код и формулировка индикатора компетенции	Планируемые результаты обучения
1	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как целостную систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.	Знает методы исследования проблемной ситуации, методы анализа проблемной ситуации, методы выявления ее составляющих и связей между ними; Умеет проводить исследование проблемной ситуации, анализировать проблемную ситуацию, выявлять ее составляющие и связи между ними;
		УК-1.2. Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации.	Знает методы определения пробелов в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, методы проектирования процессов по их устранению; Умеет выявлять пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, проектировать процессы по их устранению;
		УК-1.3. Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них	Знает правила составления стратегии действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них; Умеет выбирать наилучшую стратегию действий для решения

			проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них;
3	ПК-4. Способен использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления, проводить анализ отраслевых товарных рынков, определять факторы и условия производства, продвижения и дистрибуции товаров на зарубежных рынках.	ПК-4.1. Осуществляет ценовой и неценовой анализ внешнеторговых сделок.	Знает основы ценообразования во внешнеторговой деятельности; Умеет анализировать ценовые и неценовые факторы спроса и предложения на мировых товарных рынках; Владеет методами анализа ценовой и неценовой конкуренции;
		ПК-4.2. Выявляет риски производства, продвижения и дистрибуции товара компании на зарубежных рынках.	Знает риски продвижения и дистрибуции товара компании на зарубежных рынках; Умеет определять и анализировать риски продвижения и дистрибуции товара компании на зарубежных рынках; Владеет методами выявления, мониторинга и управления рисками продвижения и дистрибуции товара компании на зарубежных рынках;

### 3. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

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

#### *Заочная форма обучения*

Виды учебной деятельности	Всего	По семестрам			
		1	2	3	4
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	10,3		10,3		
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	10		10		
• занятия лекционного типа	4		4		
• занятия семинарского типа:	6		6		
практические занятия	6		6		
лабораторные занятия	-		-		
в том числе занятия в интерактивных формах	-		-		
в том числе занятия в форме практической подготовки	6		6		

Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий	0,3		0,3		
2. Самостоятельная работа студентов, всего	97,7		97,7		
• курсовая работа (проект)	-		-		
• др. формы самостоятельной работы:	97,7		97,7		
-освоение рекомендованной преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы;	30		30		
-изучение образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);	40		40		
-самостоятельный поиск информации в Интернете и других источниках;	23,7		23,7		
3.Промежуточная аттестация: <i>зачет</i>	<i>зачет</i>		<i>зачет</i>		
ИТОГО:	Ак.часов	108	108		
Общая трудоемкость	зач. ед.	3	3		

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

##### 4.1. Содержание дисциплины (раскрывается по разделам и темам)

**Тема 1.** ВЭД в маркетинге и учет механизмов протекционизма и тарифного регулирования государств. Международный маркетинг, цели и стратегии при выходе компаний на глобальные рынки (национальная, этноцентрическая, полицентрическая и глобальная). Филип Котлер и 5 поколений маркетинга.

**Тема 2.** Трансформация идей продаж товаров и услуг по 6 этапам эволюции этапов маркетинга, его цифровизации и перенос на глобальные площадки. Интернет вещей.

**Тема 3.** Роль маркетинговых стратегий в оптимизации затрат и в формировании стилей продаж при учете внешнеполитической волатильности и конъюнктуре глобальных, региональных и национальных рынков. Поведенческая экономика Даниэля Канемана и Ричарда Талера. Обратная пирамида А. Маслоу «эпохи креативных индустрий».

**Тема 4.** Роль внешнеполитической среды в коррекции стратегий маркетинга на внешних рынках. Волны слияний и поглощений в «экономике знаний». Влияние внешних и внутренних факторов на трансформацию моделей бизнес-процессов на различных уровнях.

*Зачная форма обучения*

№	Раздел дисциплины, тема	Занятия лекционного типа	Практические занятия	Самостоятельная работа
		ак. час.	ак. час.	ак. час.
1	Тема 1. ВЭД в маркетинге и учет механизмов протекционизма и тарифного регулирования государств. Международный маркетинг, цели и стратегии при выходе компаний на глобальные рынки (национальная, этноцентрическая, полицентрическая и глобальная). Филип Котлер и 5 поколений маркетинга.	1	1	25
2	Тема 2. Трансформация идей продаж товаров и услуг по 6 этапам эволюции этапов маркетинга, его цифровизации и перенос на глобальные площадки в цифровые экосистемы метавселенных и маркетингплейсы. Интернет вещей. 3-Д принтеры. П. Друкер и И. Ансофф.	1	2	25
3	Тема 3. Роль маркетинговых стратегий в оптимизации затрат и в формировании стилей продаж при учете внешнеполитической волатильности и конъюнктуры глобальных, региональных и национальных рынков. Поведенческая экономика Даниэля Канемана и Ричарда Талера. Обратная пирамида А. Маслоу «эпохи креативных индустрий».	1	2	25
4	Тема 4. Роль внешнеполитической среды в коррекции стратегий маркетинга на внешних рынках. Волны слияний и поглощений в «экономике знаний». Влияние внешних и внутренних факторов на трансформацию моделей бизнес-процессов на различных уровнях.	1	1	22,7
<b>ИТОГО</b>		<b>4</b>	<b>6</b>	<b>97,7</b>

4.2. Самостоятельное изучение обучающимися разделов дисциплины

*Зачная форма обучения*

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы	Оценочное средство для проверки выполнения самостоятельной работы
Тема 1. ВЭД в маркетинге и учет механизмов протекционизма и тарифного регулирования государств. Международный маркетинг, цели и стратегии при выходе компаний на глобальные рынки (национальная, этноцентрическая,	-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;

полицентрическая и глобальная). Филип Котлер и 5 поколений маркетинга.		
Тема 2. Трансформация идей продаж товаров и услуг по 6 этапам эволюции этапов маркетинга, его цифровизации и перенос на глобальные площадки. Интернет вещей. 3-Д принтеры. П. Друкер и И. Ансофф.	-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. Роль маркетинговых стратегий в оптимизации затрат и в формировании стилей продаж при учете внешнеполитической волатильности и конъюнктуре глобальных, региональных и национальных рынков. Поведенческая экономика Даниэля Канемана и Ричарда Талера. Обратная пирамида А. Маслоу «эпохи креативных индустрий».	-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. Роль внешнеполитической среды в коррекции стратегий маркетинга на внешних рынках. Волны слияний и поглощений в «экономике знаний». Влияние внешних и внутренних факторов на трансформацию моделей бизнес-процессов на различных уровнях.	-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; Задачи для подготовки к зачету.

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

Самостоятельная работа студента в процессе изучения дисциплины включает:

- освоение рекомендованных преподавателем и методическими указаниями по данной дисциплине нормативных правовых документов и рекомендованной основной и дополнительной учебной литературы;

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 (модулю)**

Образцы заданий текущего контроля и промежуточной аттестации Фонда оценочных средств (ФОС) представлены в Приложении к Рабочей программе дисциплины (модуля) (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 (модуля)**

### **6.1. Основная литература**

1. Диденко, Н. И. Международный маркетинг : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. - Москва : Юрайт, 2025. - 409 с. - ISBN 978-5-534-05071-4. - URL: <https://urait.ru/bcode/535770> (дата обращения: 16.01.2025). - 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: 05.01.2025). - Режим доступа: для авторизир. пользователей. - Текст : электронный.

### **6.2. Дополнительная 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: 16.01.2025). - Режим доступа: для авторизир. пользователей. - Текст : электронный.

2. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 474 с. - ISBN 978-5-534-13282-3. - URL: <https://urait.ru/bcode/535965> (дата обращения: 02.01.2025). - 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: 02.02.2025). - Текст : электронный.

2. Правительство Российской Федерации : официальный сайт. - Москва. - Обновляется в течение суток. - URL: <http://government.ru> (дата обращения: 02.02.2025). - Текст : электронный.
3. Центральный банк Российской Федерации : официальный сайт. - Москва. - URL: <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 02.02.2025). - Текст : электронный.
4. Министерство финансов Российской Федерации : официальный сайт. - Москва. - URL: <https://minfin.gov.ru/ru/> (дата обращения: 02.02.2025). - Текст : электронный.

## **7.2. Информационно-справочные системы**

- СПС КонсультантПлюс - [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru).
- СПС «Гарант» - [www.garant.ru](http://www.garant.ru).

## **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.;>
- ЭБС «Юрайт» - <http://www.urait.ru.;>
- ЭБС «Book.ru» - <https://www.book.ru.;>
- ЭБС «Znaniy.com» - [http://znaniy.com/;](http://znaniy.com/)
- ЭБС «IPRbooks» - <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 (модулю)**

Дисциплина «Маркетинг во внешнеэкономической деятельности» 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.

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 (модуля)

Наименование раздела рабочей программы дисциплины (модуля), в который  
внесены изменения

(измененное содержание раздела)

Наименование раздела рабочей программы дисциплины (модуля), в который  
внесены изменения

(измененное содержание раздела)

Наименование раздела рабочей программы дисциплины (модуля), в который  
внесены изменения

(измененное содержание раздела)

Рабочая программа дисциплины (модуля):  
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 ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки 38.04.02. Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки: Управление внешнеэкономической  
деятельностью

Формы обучения: заочная

Квалификация выпускника: магистр

Москва

**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 во внешнеэкономической деятельности» предусмотрено формирование следующих компетенций: *УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-4.1, ПК-4.2*

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

**Применение оценочных средств на этапах формирования компетенций**

<b>Код и наименование формируемой компетенции</b>	<b>Код и формулировка индикатора достижения формируемой компетенции</b>	<b>Критерии оценивания</b>	<b>Наименование контролируемых разделов и тем дисциплины (модуля)</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>	
				<b>текущий контроль</b>	<b>промежуточная аттестация</b>
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как целостную систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.	Знает методы исследования проблемной ситуации, методы анализа проблемной ситуации, методы выявления ее составляющих и связей между ними; Умеет проводить исследование проблемной ситуации, анализировать проблемную ситуацию, выявлять ее составляющие и связи между ними;	Тема 1. Тема 2. Тема 3.	<b>Контроль ная работа в виде теста</b>	
	УК-1.2. Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации.	Знает методы определения пробелов в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, методы проектирования процессов по их устранению; Умеет выявлять пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, проектировать процессы по их устранению;			
	УК-1.3. Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них	Знает правила составления стратегии действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них; Умеет выбирать наилучшую стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них;			

ПК-4. Способен использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления, проводить анализ отраслевых товарных рынков, определять факторы и условия производства, продвижения и дистрибуции товаров на зарубежных рынках.	ПК-4.1. Осуществляет ценовой и неценовой анализ внешнеторговых сделок.	Знает основы ценообразования во внешнеторговой деятельности; Умеет анализировать ценовые и неценовые факторы спроса и предложения на мировых товарных рынках; Владеет методами анализа ценовой и неценовой конкуренции;			
	ПК-4.2. Выявляет риски производства, продвижения и дистрибуции товара компании на зарубежных рынках.	Знает риски продвижения и дистрибуции товара компании на зарубежных рынках; Умеет определять и анализировать риски продвижения и дистрибуции товара компании на зарубежных рынках; Владеет методами выявления, мониторинга и управления рисками продвижения и дистрибуции товара компании на зарубежных рынках;			
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как целостную систему, выявляя ее составляющие и связи между ними.	Знает методы исследования проблемной ситуации, методы анализа проблемной ситуации, методы выявления ее составляющих и связей между ними; Умеет проводить исследование проблемной ситуации, анализировать проблемную ситуацию, выявлять ее составляющие и связи между ними;	Тема 1. Тема 2. Тема 3. Тема 4.		<b>Вопросы для зачета</b>
	УК-1.2. Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации.	Знает методы определения пробелов в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, методы проектирования процессов по их устранению; Умеет выявлять пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, проектировать процессы по их устранению;			

	<p>УК-1.3. Выработывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них</p>	<p>Знает правила составления стратегии действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них;          Умеет выбирать наилучшую стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них;</p>			
<p>ПК-4. Способен использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления, проводить анализ отраслевых товарных рынков, определять факторы и условия производства, продвижения и дистрибуции товаров на зарубежных рынках.</p>	<p>ПК-4.1. Осуществляет ценовой и неценовой анализ внешнеторговых сделок.</p>	<p>Знает основы ценообразования во внешнеторговой деятельности;          Умеет анализировать ценовые и неценовые факторы спроса и предложения на мировых товарных рынках;          Владеет методами анализа ценовой и неценовой конкуренции;</p>			
	<p>ПК-4.2. Выявляет риски производства, продвижения и дистрибуции товара компании на зарубежных рынках.</p>	<p>Знает риски продвижения и дистрибуции товара компании на зарубежных рынках;          Умеет определять и анализировать риски продвижения и дистрибуции товара компании на зарубежных рынках;          Владеет методами выявления, мониторинга и управления рисками продвижения и дистрибуции товара компании на зарубежных рынках;</p>			

**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 (модуля) и методические материалы, определяющие процедуры оценивания**

**3.1. Оценочные средства для проведения текущего контроля**

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

**Устный опрос по темам.**

**Вопросы для проведения устного опроса.**

**Тема 1.**

**Устный опрос. Максимальное количество баллов – 4 балла**

**Вопросы для проведения опроса:**

1. Учет механизмов протекционизма и тарифного регулирования государств.
2. Применение внешнеполитических доктрин и стратегий для формирования «дорожных карт» по внутрифирменному сопровождению на внешние рынки товаров «креативных индустрий».
3. Международный маркетинг: цели и стратегии при выходе компаний на глобальные рынки.
4. Филип Котлер и 5 поколений маркетинга.

**Максимальное количество баллов по каждой теме 1 – баллов 5.**

**Тема 2.**

**Устный опрос. Максимальное количество баллов – 4 балла**

**Вопросы для проведения опроса:**

1. Трансформация идей продаж товаров и услуг по 6 этапам эволюции этапов маркетинга, его цифровизации и перенос на глобальные площадки в цифровые экосистемы метавселенных и на маркетплейсы.
2. Продажи в зонах дополнительной и виртуальной реальности.
3. Формирование цифровых сервисов и цифровых двойников.
4. Интернет вещей. 3-D принтеры.
5. Питер Друкер и Игорь Ансофф: маркетинг идей и подходов.

**Тема 3.**

**Устный опрос. Максимальное количество баллов – 4 балла**

**Вопросы для проведения опроса:**

1. Международная конкуренция за глобальные продажи
2. Роль маркетинговых стратегий в оптимизации затрат и в формировании стилей продаж при учете внешнеполитической волатильности и конъюнктуре глобальных, региональных и национальных рынков.
3. Поведенческая экономика Даниэля Канемана и Ричарда Талера.
4. Обратная пирамида А. Маслоу «эпохи креативных индустрий».

#### Тема 4.

**Устный опрос. Максимальное количество баллов – 4 балла**

**Вопросы для проведения опроса:**

1. Институты глобального управления.
2. Кластеризация и глокализация.
3. Роль внешнеполитической среды в коррекции стратегий маркетинга на внешних рынках.
4. Волны слияний и поглощений в «экономике знаний».
5. Стратегические альянсы в Индустрии 4.0.
6. Влияние внешних и внутренних факторов на трансформацию моделей бизнес-процессов на различных уровнях.

#### Критерии оценивания устного опроса

<p><i>Макс. 3-4 баллов (в соответствии с балльно-рейтинговой системой )</i></p>	<p><i>Правильно и развернуто студент ответил на поставленные вопросы 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 всеми элементам ответа в соответствии с планом; Продемонстрировал знание дисциплины.</i></p>
<p><i>0-2 баллов</i></p>	<p><i>Правильно и развернуто студент 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.</i></p>

Контрольная точка текущего контроля проводится в форме контрольной

работы.

Обучающиеся на первом занятии информируются о дате проведения текущего контроля.

Контрольная работа состоит из двух заданий, которые формируются по вариантам.

Задания контрольной работы включают изученный материал по темам № 1-3. Максимальное количество баллов – 10 баллов.

### Контрольная работа

Фрагмент варианта контрольного задания:

Задание:

**Вариант 1.** Предложите Ваши варианты построения защиты Ваших маркетинговых стратегий от враждебных поглощений в регионе АТР: от действия властей, регуляторов (центральных банков и бирж), органов контроля и налогообложения (оффшоризация, криптовалюты, Даркнет и т.д.) в области строительства и инвестирования;

**Вариант 2.** Предложите Ваши варианты построения защиты Ваших маркетинговых стратегий от враждебных поглощений в регионе АТР: от действия властей, регуляторов (центральных банков и бирж), органов контроля и налогообложения (оффшоризация, криптовалюты, Даркнет и т.д.) в области ВПК и космоса;

### Критерии оценивания

Макс. 9-10 баллов (в соответствии с балльно-рейтинговой системой)	Правильно рассчитал не менее 90% итоговых результатов; Правильно использовал алгоритм расчетов; Применил навыки обобщения и анализа информации с использованием нормативно-законодательных актов в области налогообложения; Продемонстрировал знания, полученные в ходе изучения дисциплины
6-8 баллов	Правильно рассчитал не менее 60% итоговых результатов; Правильно использовал алгоритм расчетов; Не полностью применил навыки обобщения и анализа информации с использованием нормативно-законодательных актов в области налогообложения; Продемонстрировал некоторые знания, полученные в ходе изучения дисциплины
3-5 баллов	Правильно рассчитал не менее 30% итоговых результатов; Правильно использовал алгоритм расчетов; Не полностью применил навыки обобщения и анализа информации с использованием нормативно-законодательных актов в области налогообложения; Продемонстрировал некоторые знания, полученные в ходе изучения дисциплины
0-2 балла	Правильно рассчитал менее 30% итоговых результатов.

### 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 в процессе занятий набрал 28-30 баллов; Текущий контроль обучающегося оценен в 10 баллов; Обучающийся систематически посещал занятия; Продемонстрировал высокое качество и своевременность выполнения всех заданий, предусмотренных по данной дисциплине; Продемонстрировал знания, полученные в ходе изучения дисциплины.
1-5 баллов	Обучающийся в процессе занятий набрал 25-27 баллов; Текущий контроль обучающегося оценен в 9 баллов; Обучающийся систематически посещал занятия; Продемонстрировал высокое качество и своевременность выполнения всех заданий, предусмотренных по данной дисциплине; 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 зачет*

№ п/п	Форма контроля	Форма и условия проведения промежуточной аттестации	Представление оценочного средства в фонде
1.	Зачет	Зачет Билет состоит из 2 вопросов	Перечень вопросов, заданий

#### Вопросы для зачета

1. ВЭД в маркетинге и учет механизмов протекционизма и тарифного регулирования государств.
2. Умение применять внешнеполитические доктрины, стратегии для формирования «дорожных карт» по внутрифирменному сопровождению на внешние рынки товаров «креативных индустрий».
3. Международный маркетинг, цели и стратегии при выходе компаний на глобальные рынки (национальная, этноцентрическая, полицентрическая и глобальная).
4. Филип Котлер и 5 поколений маркетинга.
5. Трансформация идей продаж товаров и услуг по 6 этапам эволюции этапов маркетинга.
6. Маркетинг и его цифровизации и перенос на глобальные площадки в цифровые экосистемы метавселенных и на маркетплейсы.
7. Продажи в зонах дополнительной и виртуальной реальностей.
8. Формирование цифровых сервисов и цифровых двойников.
9. Интернет вещей. 3-D принтеры.
10. Отражение во внешнеполитическом разнообразии моделирования внешнего уровня угроз и возможностей.
11. Международная конкуренция за глобальные продажи и роль маркетинговых стратегий в оптимизации затрат
12. Поведенческая экономика Даниэля Канемана и Ричарда Талера в маркетинге.
13. Обратная пирамида А. Маслоу «эпохи креативных индустрий» в маркетинге.
14. Геоэкономика и её влияние на тренды продаж
15. Институты глобального управления. Креативные индустрии будущего.
16. Регионализация, как фактор деглобализации. Кластеризация.\
17. Роль внешнеполитической среды и рисков в коррекции стратегий маркетинга на внешних рынках.
18. Волны слияний и поглощений в «экономике знаний».
19. Цифровизация мировой экономики под задачи маркетингового сбыта креативных товаров и услуг.
20. Влияние внешних и внутренних факторов на трансформацию моделей бизнес-процессов на микро-, мезо- и макроуровнях.

Билет состоит из двух элементов (два вопроса).

Первый вопрос: максимальное количество баллов – 30 баллов.

Второй вопрос: максимальное количество баллов – 30 баллов.

### **Критерии оценивания (зачет)**

**15-30 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.

**менее 15 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.

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

#### Показатели уровней сформированности компетенций

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

<b>Уровень/балл</b>	<b>Универсальные компетенции</b>	<b>Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции</b>
Недостаточный (оценка «не зачтено») <b>Менее 56</b>	<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 № \_\_\_\_\_