

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ
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.

Летяев В.А. Стратегическое планирование во внешнеэкономической деятельности: Рабочая программа дисциплины. – Москва: Дипломатическая академия МИД России, 2025 г.

Рабочая программа по дисциплине (модулю) «Стратегическое планирование во внешнеэкономической деятельности» по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) программы «Управление внешнеэкономической деятельностью» составлена Летяевым В.А. в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 года № 952, профессионального стандарта 08.018 «Специалист по управлению рисками», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ) от 30 августа 2018 г. №564н., профессионального стандарта 08.039 «Специалист по внешнеэкономической деятельности», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ) 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 24 января 2025 г., протокол № 21

Заведующий кафедрой стратегических коммуникаций и государственного управления



Карпович О.Г.

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

1. Цели и задачи 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

Очная форма обучения

| Виды учебной деятельности | Всего | По семестрам | | | |
|---|-------|--------------|------|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. Контактная работа обучающихся с преподавателем: | 24,3 | | 24,3 | | |
| Аудиторные занятия, часов всего, в том числе: | 24 | | 24 | | |
| • занятия лекционного типа | 10 | | 10 | | |
| • занятия семинарского типа: | 14 | | 14 | | |
| практические занятия | - | | - | | |
| 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 | - | | - | | |
| 2. Самостоятельная работа студентов, всего | 83,7 | | 83,7 | | |
| • курсовая работа (проект) | - | | - | | |

| | | | | | |
|--|--------------|-----|--------------|--|--|
| • др. формы самостоятельной работы: | 83,7 | | 83,7 | | |
| -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.); | 30 | | 30 | | |
| -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. Международный маркетинг, цели и стратегии при выходе компаний на глобальные рынки (национальная, этноцентрическая, полицентрическая и глобальная). Филип Котлер и 5 поколений маркетинга. Выборы и стратегии выборщиков. ВЭД в маркетинге и учет механизмов протекционизма и тарифного регулирования государств. Умение применять внешнеполитические доктрины, стратегии для формирования «дорожных карт» по внутрифирменному сопровождению на внешние рынки товаров «креативных индустрий».

Тема 2. «Гуру маркетинга». 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. Продажи через аватаров в зонах дополнительной и виртуальной реальностях. Гейминг и формирование цифровых сервисов и цифровых двойников. Интернет вещей. 3-Д принтеры.

Тема 3. Международная конкуренция за глобальные продажи и 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». Геоэкономика и её влияние на тренды продаж во внешнеполитическом лоббировании ТНК и ТНБ своих товаров и услуг на площадках нетократов.

Тема 4. Институты глобального управления. Креативные индустрии будущего. Мировая деглобализация постковидного рецессионного восстановления национальных экономик. Регионализация, как фактор деглобализации. Кластеризация и глокализация. Роль внешнеполитической среды в коррекции стратегий маркетинга на внешних рынках. Волны слияний и поглощений в

«экономике знаний». Стратегические альянсы в Индустрии 4.0. Робот-гуманоидный уклад и цифровизация мировой экономики под задачи маркетингового сбыта креативных товаров и услуг. Симбиоз влияния внешних и внутренних факторов на трансформацию моделей бизнес-процессов на микро-, мезо- и макроуровнях.

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. Международный маркетинг, цели и стратегии при выходе компаний на глобальные рынки (национальная, этноцентрическая, полицентрическая и глобальная). | 2 | 2 | | 21 |
| 2 | Тема 2. «Гуру маркетинга». Трансформация идей продаж товаров и услуг по 6 этапам эволюции этапов маркетинга, его цифровизации и перенос на глобальные площадки в цифровые экосистемы метавселенных и маркетплейсы. | 2 | 4 | | 21 |
| 3 | Тема 3. Международная конкуренция за глобальные продажи и роль маркетинговых стратегий в оптимизации затрат и в формировании стилей продаж при учете внешнеполитической волатильности и конъюнктуре глобальных, | 2 | 4 | | 21 |

| | | | | | |
|--------------|---|-----------|-----------|--|-------------|
| | региональных и национальных рынков. | | | | |
| 4 | Тема 4. Институты глобального управления. Креативные индустрии будущего. Мировая деглобализация постковидного рецессионного восстановления национальных экономик. | 4 | 4 | | 20,7 |
| ИТОГО | | 10 | 14 | | 83,7 |

4.2. Самостоятельное изучение обучающимися разделов дисциплины

Очная форма обучения

| Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение | Виды самостоятельной работы | Оценочное средство для проверки выполнения самостоятельной работы |
|--|--|--|
| Тема 1. Международный маркетинг, цели и стратегии при выходе компаний на глобальные рынки (национальная, этноцентрическая, полицентрическая и глобальная). | -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; | Выступление с презентацией |
| Тема 2. «Гуру маркетинга». Трансформация идей продаж товаров и услуг по 6 этапам эволюции этапов маркетинга, его цифровизации и перенос на глобальные площадки в цифровые экосистемы метавселенных и маркетплейсы. | -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; |

| | | |
|--|---|---|
| <p>Тема 3. Международная конкуренция за глобальные продажи и роль маркетинговых стратегий в оптимизации затрат и в формировании стилей продаж при учете внешнеполитической волатильности и конъюнктуре глобальных, региональных и национальных рынков.</p> | <p>-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;</p> | <p>Устный опрос по темам; Контрольная работа;</p> |
| <p>Тема 4. Институты глобального управления. Креативные индустрии будущего. Мировая деглобализация постковидного рецессионного восстановления национальных экономик.</p> | <p>-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;</p> | <p>Устный опрос по темам; Задачи для подготовки к зачету.</p> |

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. 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/559942> (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. Пецольт, 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. 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.
2. 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.

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: 02.01.2025). - Текст : электронный.
2. Правительство Российской Федерации : официальный сайт. - Москва. - Обновляется в течение суток. - URL: <http://government.ru> (дата обращения: 02.01.2025). - Текст : электронный.
3. Центральный банк Российской Федерации : официальный сайт. - Москва. - URL: <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 02.01.2025). - Текст : электронный.
4. Министерство финансов Российской Федерации : официальный сайт. - Москва. - URL: <https://minfin.gov.ru/ru/> (дата обращения: 02.01.2025). - 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/> .;
- Справочно-информационная полнотекстовая база периодических изданий «East View» - <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/> .;
- ЭБС «IPR SMART» - <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 «Стратегическое планирование 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**

**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ
ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление подготовки 38.04.01 Экономика

Направленность (профиль) подготовки: Управление внешнеэкономической
деятельностью

Формы обучения: очная

Квалификация выпускника: магистр

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 «Стратегическое планирование 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

| Код и наименование формируемой компетенции | Код и формулировка индикатора достижения формируемой компетенции | Критерии оценивания | Наименование контролируемых разделов и тем дисциплины (модуля) | Наименование оценочного средства | |
|---|--|---|---|--|---------------------------------|
| | | | | текущий контроль | промежуточная аттестация |
| 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. | Контроль ная работа в виде теста по темам 1-3 | |
| | 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. | | |
| | 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; | | | |

Вопросы для зачета

| | | | | | |
|---|--|---|--|--|--|
| | УК-1.3. Выработывает 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; | | | |

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

Темы для выступления с презентациями.

Тема 1. Выборы и стратегии выборщиков. ВЭД в маркетинге и учет механизмов протекционизма и тарифного регулирования государств. Умение применять внешнеполитические доктрины, стратегии для формирования «дорожных карт» по внутрифирменному сопровождению на внешние рынки товаров «креативных индустрий». Международный маркетинг, цели и стратегии при выходе компаний на глобальные рынки (национальная, этноцентрическая, полицентрическая и глобальная). Филип Котлер и 5 поколений маркетинга.

Тема 2. «Гуру маркетинга». 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. Продажи через аватаров в зонах дополнительной и виртуальной реальностях. Гейминг и формирование цифровых сервисов и цифровых двойников. Интернет вещей. 3-Д принтеры. Питер Друкер и Игорь Ансофф: маркетинг идей и подходов.

Тема 3. Международная конкуренция за глобальные продажи и 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». Геоэкономика и её влияние на тренды продаж во внешнеполитическом лоббировании ТНК и ТНБ своих товаров и услуг на площадках нетократов.

Тема 4. Институты глобального управления. Креативные индустрии будущего. Мировая деглобализация постковидного рецессионного восстановления национальных экономик. Регионализация, как фактор деглобализации. Кластеризация и глокализация. Роль внешнеполитической среды в коррекции стратегий маркетинга на внешних рынках. Волны слияний и поглощений в «экономике знаний». Стратегические альянсы в Индустрии 4.0. Робот-гуманоидный уклад и цифровизация мировой экономики под задачи маркетингового сбыта креативных товаров и услуг. Симбиоз влияния внешних и внутренних факторов на трансформацию моделей бизнес-процессов на микро-, мезо- и макроуровнях.

| | |
|---|--|
| Выступление на семинарском занятии с презентацией | |
| Критерии оценки: | |
| 9-10 баллов | Подготовил полное и развернутое выступление; |

| | |
|------------|--|
| | <p>Активно обсуждал проблему и обосновывал свою позицию; Использовал терминологию, концепции, теории при решении проблем административной деятельности;</p> <p>Проявил высокий уровень способности объективно оценивать проблемы административной деятельности, учитывать их в сфере профессиональной деятельности;</p> <p>Презентацию подготовил в едином стиле, на базе одного шаблона;.</p> <p>Выполнил общие правила оформления текста;</p> <p>Не перегрузил слайды текстовой информацией.</p> |
| 6-8 баллов | <p>Подготовил выступление;</p> <p>Принимал участие в обсуждении проблемы;</p> <p>Использовал отчасти терминологию, концепции, теории при решении проблем административной деятельности;</p> <p>Проявил способность объективно оценивать проблемы административной деятельности, учитывать их в сфере профессиональной. деятельности;</p> <p>Презентацию подготовил не в едином стиле;.</p> <p>Выполнил не все общие правила оформления текста;</p> <p>Перегрузил отдельные слайды текстовой информацией.</p> |
| 3-5 баллов | <p>Подготовил не полное выступление;</p> <p>Слабо принимал участие в обсуждении проблемы;</p> <p>Редко использовал терминологию, концепции, теории при решении проблем административной деятельности;</p> <p>Проявил низкую способность объективно оценивать проблемы административной деятельности, учитывать их в сфере профессиональной деятельности;</p> <p>Перегрузил презентацию слайдами текстовой информацией;</p> |
| 0-2 балла | <p>Подготовил не полное выступление</p> <p>Не подготовил презентацию.</p> |

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

Контрольная работа

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) | 33–40 правильных ответов (80-100 % ответов) |
| 6-8 баллов | 27-32 правильных ответов (67-79 % ответов) |
| 3-5 баллов | 19-26 правильных ответов (50-66 % ответов) |
| 0-2 балла | 0-18 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 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 в устной форме, по 2 вопроса в билете | Перечень вопросов, заданий |

Вопросы для зачета

- 1.Выборы и стратегии выборщиков.
- 2.ВЭД в маркетинге и учет механизмов протекционизма и тарифного регулирования государств.
- 3.Умение применять внешнеполитические доктрины, стратегии для формирования «дорожных карт» по внутрифирменному сопровождению на внешние рынки товаров «креативных индустрий».
- 4.Международный маркетинг, цели и стратегии при выходе компаний на глобальные рынки (национальная, этноцентрическая, полицентрическая и глобальная).
- 5.Филип Котлер и 5 поколений маркетинга.
- 6.«Гуру маркетинга». Трансформация идей продаж товаров и услуг по 6 этапам эволюции этапов маркетинга.
7. Маркетинг и его цифровизации и перенос на глобальные площадки в цифровые экосистемы метавселенных и на маркетплейсы.
- 8.Продажи через аватаров в зонах дополнительной и виртуальной реальностях.
9. Гейминг и формирование цифровых сервисов и цифровых двойников. Интернет вещей. 3-Д принтеры. Отражение во внешнеполитическом разнообразии моделирования внешнего уровня угроз и возможностей.
10. Международная конкуренция за глобальные продажи и роль маркетинговых стратегий в оптимизации затрат и в формировании стилей продаж при учете внешнеполитической волатильности и конъюнктуре глобальных, региональных и национальных рынков.
11. Поведенческая экономика Даниэля Канемана и Ричарда Талера в маркетинге.
12. Обратная пирамида А. Маслоу «эпохи креативных индустрий» в маркетинге.
13. Геоэкономика и её влияние на тренды продаж во внешнеполитическом лоббировании ТНК и ТНБ своих товаров и услуг на площадках нетократов.
14. Институты глобального управления. Креативные индустрии будущего.
15. Мировая деглобализация постковидного рецессионного восстановления национальных экономик.

16. Регионализация, как фактор деглобализации. Кластеризация и глокализация.
17. Роль внешнеполитической среды и рисков в коррекции стратегий маркетинга на внешних рынках. Волны слияний и поглощений в «экономике знаний».
18. Стратегические альянсы в Индустрии 4.0. Робот-гуманоидный уклад и цифровизация мировой экономики под задачи маркетингового сбыта креативных товаров и услуг.
19. Симбиоз влияния внешних и внутренних факторов на трансформацию моделей бизнес-процессов на микро-, мезо- и макроуровнях.
20. Примеры и стратегии применения маркетинга в предвыборных компаниях.

Билет состоит из двух элементов (два вопроса).

Первый вопрос: максимальное количество баллов – 30 баллов.

Второй вопрос: максимальное количество баллов – 30 баллов.

Критерии оценивания (зачет)

Первый элемент - первый вопрос в экзаменационном билете

Максимальное количество баллов – 30 баллов

27-30 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.

19-26 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 (зачет)

Второй элемент - второй вопрос в экзаменационном билете

Максимальное количество баллов – 30 баллов

27-30 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.

19-26 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.

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 «Стратегическое планирование во внешнеэкономической 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») 86-100</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») 71-85</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») 56-70</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</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> |

| Уровень/балл | Универсальные компетенции | Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции |
|---|--|--|
| | <i>уровень освоения компетенции</i> | |
| Недостаточный (оценка «не зачтено») 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 № _____