**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Дипломатическая академия**

**Министерства иностранных дел Российской Федерации»**

**Кафедра**: **Мировая экономика**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе

Т.А. Закаурцева

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**МАРКЕТИНГ**

**Уровень высшего образования: Бакалавриат**

**Направление подготовки: 38.04.01. Экономика**

**Направленность (профиль): Мировая экономика**

**Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр**

**Форма обучения: очная**

**Год набора: 2020**

**Москва**

**2020**

**Автор: Харланов А.С., д.э.н., доцент.**

**Рабочая программа дисциплины: «Маркетинг»– Москва: «Дипломатическая академия МИД Российской Федерации», 2020 г.**

**Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №1327 от 12 ноября 2015 по направлению подготовки: 38.03.01 Экономика и утвержденной ОПОП ВО.**

Рабочая программа дисциплины (модуля) рассмотрена и одобрена на заседании кафедры:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Заведующий кафедрой (ФИО, ученая степень, звание, подпись)** | **Толмачев П.И.****д.э.н., проф.** |  |  |  |
| **Год утверждения** **(переутверждения)** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** |
| **Номер и дата протокола заседания кафедры** | **№3****от 16.10.2019** |  |  |  |
| **Рабочая программа согласована:****Руководитель ОПОП ВО А.Г. Рыбинец, к.э.н., доцент** **Директор библиотеки Ю.В. Толкачева** Рабочая программа дисциплины (модуля) **рекомендована на заседании УМС:** |
| **Председатель УМС****(ФИО, ученая степень, звание, подпись)** | **Жильцов С.С.,****д.полит.н., проф.** |  |  |  |
| **Год утверждения****(переутверждения)** | **2020** | **2021** | **2022** | **2023** |
| **Номер и дата протокола заседания УМС** | **№ 3****от 12.11.2019** |  |  |  |

1. **Наименование дисциплины:**

«Маркетинг».

1. **Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

**Целью** дисциплины является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков по основам маркетингового подхода в управлении фирмой.

**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.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО):

|  |  |
| --- | --- |
| **Формируемые компетенции*****(код компетенции, уровень освоения)*** | **Планируемые результаты обучения по дисциплине** |
| ПК-6 - способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей  | З2 ПК-6ЗНАТЬ:методологию интерпретацииданных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явленияхУ2 ПК-6УМЕТЬ:использовать методологию интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явленияхВ 2 ПК-6ВЛАДЕТЬ: методологией интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях |
| ПК-8 - способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии | З2 ПК-8ЗНАТЬ: возможности использования современных технических средств и информационных технологий для интерпретации результатов анализа экономической ситуацииУ2 ПК-8УМЕТЬ: использовать современные технические средства и информационные технологии для интерпретации результатов анализа экономической ситуацииВ2 ПК-8ВЛАДЕТЬ: навыками интерпретации результатов анализа экономической ситуации, используясовременные технические средства и информационные технологии |

**3. Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина (**Б1.В.03)** «Маркетинг» относится к дисциплинам вариативной части блока Б1-Дисциплины (модуля) по направлению подготовки Экономика, профиль «Мировая экономика».

Она связана с дисциплинами «Теория вероятности и математическая статистика», «Макроэкономика» и «Национальная экономика» так как в процессе изучения этих дисциплин формируются основные универсальные, профессиональные компетенции, направленные на формирование культуры мышления, проектной и производственно-аналитической деятельности.

**Междисциплинарные связи**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | **Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин** | **№ № разделов данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин** |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Эконометрика | **Х** | **Х** | **Х** | **Х** |
| 2.  | Деньги, кредит, банки | **Х** | **Х** | **Х** | **Х** |
| 3. | Методы оптимальных решений | **Х** | **Х** | **Х** | **Х** |

**4. Объем дисциплины в з. е. с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов, из которых 30,5 часа составляет контактная работа бакалавра с преподавателем (16 часов занятия лекционного типа, 14 часов занятия семинарского типа, 0,5 часа ИКР) 42 часа составляет самостоятельная работа бакалавра, контроль (экзамен) - 35,5 часа.

*Таблица 4.1.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид учебной работы | Трудоемкость дисциплины | Семестры  |
| 1 семестр | 2 семестр | 3 семестр | 4 семестр | 5 семестр | 6 семестр | 7 семестр | 8 семестр |
| **Контактная работа обучающегося с преподавателем** (при проведении учебных занятий): | 30,5 |  |  |  | 30,5 |  |  |  |  |
| **-*аудиторная, в том числе:*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Лекции (Л) | 16 |  |  |  | 16 |  |  |  |  |
| Семинары (С) | 14 |  |  |  | 14 |  |  |  |  |
| Научно-практические занятия (НПЗ) в аудитории |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Иная контактная работа | 0,5 |  |  |  | 0,5 |  |  |  |  |
| **-*внеаудиторная, в том числе:*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Индивидуальная работа обучающегося с преподавателем |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Групповые консультации |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **-*контактная работа в ЭИОС*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Самостоятельная работа слушателя (СРС)**  | 42 |  |  |  | 42 |  |  |  |  |
| **Форма промежуточной аттестации – экзамен** | 35,5 |  |  |  | Экзамен |  |  |  |  |
| **Общая трудоемкость (в з.е./часах)** | 3/108 |  |  |  | 3/108 |  |  |  |  |

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

**5.1. Содержание дисциплины**

При реализации дисциплины используются как традиционные, так и инновационные образовательные технологии. Традиционные: лекции, семинарские и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся. Инновационные (интерактивные) технологии: деловые игры; метод анализа ситуаций (кейс-метод); работа с раздаточным материалом - анализ правовых и статистических документов по теме лекции или семинара.

**Тема 1. Введение в основы маркетинга. Концепции, функции и цели**

Теоретические основы маркетинга. Определение маркетинга. Сущность категорий: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, рынок, сделка. Эволюция маркетинговых концепций. Сферы применения маркетинга. Современные тенденции в развитии маркетинга. Маркетинг как инструмент создания ценностей и стоимости для компании.

**Тема 2. Основное содержание концепции многонационального рынка**

Понятие целевого рынка. Сегментационный подход к выбору целевых рынков. Критерии сегментации: социально-экономические, демографические, географические, психографические, поведенческие. Критерии выбора целевых рынков. Агрегированная, дифференцированная, концентрированная стратегии.

**Тема 3. Исследование мировых рынков. Общая информация о методах исследования**

Теоретические основы мирового рынка и международной торговли. Сущность и конъюнктура мирового рынка. Теории международной торговли. Ценообразование в международной торговле. Анализ и динамика международной торговли. Товарная и географическая структура международной торговли. Мировой рынок промышленных товаров. Мировой рынок сырьевых товаров.

**Тема 4. Ценовая политика фирмы в маркетинге**

Типы рынков. Рынок свободной конкуренции. Рынок монополистической конкуренции. Рынок олигополистической конкуренции. Рынок чистой монополии. Факторы ценообразования. Этапы процесса ценообразования. Виды цен. Скидки в системе ценообразования. Формы ценообразования и особенности ценовой политики в международном маркетинге.

**5.2. Учебно-тематический план лекционных, семинарских и практических занятий**

Таблица 5.2.1

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **№ раздела дисциплины** | **Темы лекционных,** **семинарских и практических****занятий** | **Трудоемкость** **(в часах)** | **Формы текущего (рубежного)****контроля** **успеваемости** |
| **Лекции** | **Семинары, практические занятия** |
| 1. | Раздел 1.  | Тема 1. Введение в основы маркетинга. Концепции, функции и цели | 4 | 2 | Опрос на семинаре, контрольные вопросы, задания к семинарам, доклад.  |
| 2. | Раздел 2. | Тема 2. Основное содержание концепции многонационального рынка | 4 | 4 | Опрос на семинаре, контрольные вопросы, задания к семинарам, доклад.  |
| 3. | Раздел 3. | Тема 3. Исследование мировых рынков. Общая информация о методах исследования | 4 | 4 | Опрос на семинаре, контрольные вопросы, задания к семинарам, доклад.  |
| 4. | Раздел 4. | Тема 4. Ценовая политика фирмы в маркетинге | 4 | 4 | Опрос на семинаре, контрольные вопросы, задания к семинарам, доклад.  |
|  |  | **ВСЕГО ЧАСОВ** | 16 | 14 |  |
|  |  | **ПРОМЕЖУТОЧНЫЙ КОНТРОЛЬ** | экзамен |  |

**6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Полный комплект Фонда оценочных средств (ФОС) представлен в Приложении№ 1 к Рабочей программе дисциплины (РПД)

**7. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины**

**7.1. Основная литература:**

1. Мировая экономика и международные экономические отношения [Электронный ресурс] : учебник / под ред. В. В. Полякова, Е.Н. Смирнова, Р. К. Щенина,. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 363 с. - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/bcode/431976>.
2. Прокушев, Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность [Электронный ресурс] : учебник и практикум / Е. Ф. Прокушев, А. А. Костин ; под ред. Е. Ф. Прокушева. - 10-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2019. - 450 с. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/431851>.

**7.2. Дополнительная литература:**

1. Базиков, А. А. Маркетинг и логистика в структуре разделов экономики [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Базиков, В. Л. Базикова. - Изд. 3-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 360 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443454>.
2. Девлетов, О. У. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. У. Девлетов. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 377 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429412>.
3. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер [Электронный ресурс] / Ф. Котлер ; ред. М. Суханова ; пер. с англ. Т.В. Виноградовой, А.А. Чеха, Л.Л. Царук. – 7-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 211 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742>.
4. Минько, Э. В. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Э. В. Минько, Н. В. Карпова. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 351 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>.
5. Сейфуллаева, М.Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / М. Э. Сейфуллаева. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 319 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119592>.

**8. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимые для освоения дисциплины**

1. Официальный сайт Росстата [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.gks.ru/](http://www.gks.ru/)
2. Официальный сайт Всемирной Торговой Организации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.wto.org/>.
3. Официальный сайт Всемирной Организации по Охране Интеллектуальной Собственности [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.wipo.int/portal/en/>.

 4. Официальный сайт Организации Экономического Сотрудничества и Развития

 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.oecd.org/>

**9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

9.1 Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

9.1. 1. Формы внеаудиторной самостоятельной работы

*Таблица 9.1.1.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем, входящих в дисциплину** | **Формы внеаудиторной самостоятельной работы** | **Трудоемкость в часах** | **Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися** |
| Тема 1. Введение в основы маркетинга. Концепции, функции и цели | Подготовка к семинарскому занятию, изучение литературы и нормативного материала; подбор материала для тезисов докладов, подготовка презентаций.  | **12** | Маркетинг как инструмент создания ценностей и стоимости для компании. |
| Тема 2. Основное содержание концепции многонационального рынка | Подготовка к практическому и семинарскому занятиям, изучение литературы и нормативного материала; подбор материала для тематических докладов, подготовка презентаций.Подготовка к ТРК.  | **10** | Агрегированная, дифференцированная, концентрированная стратегии. |
| Тема 3. Исследование мировых рынков. Общая информация о методах исследования | Подготовка к семинарскому занятию, изучение литературы и нормативного материала; подбор материала для тезисов докладов, подготовка презентаций. Подготовка к ТРК. | **10** | Мировой рынок промышленных товаров. Мировой рынок сырьевых товаров. |
| Тема 4. Ценовая политика фирмы в маркетинге | Подготовка к практическим и семинарскому занятиям, изучение литературы и нормативного материала; подбор материала для тематических докладов, подготовка презентаций. | **10** | Формы ценообразования и особенности ценовой политики в международном маркетинге. |

**9.1.2. Методическое обеспечение для аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы**

**Методические указания по подготовке обучающихся к самостоятельной работе**

**Самостоятельное изучение отдельных тем (вопросов) в соответствии со структурой дисциплины, составление конспектов**

Активизация учебной деятельности и индивидуализация обучения предполагает вынесение для самостоятельного изучения отдельных тем или вопросов. Выбор тем (вопросов) для самостоятельного изучения – одна из ключевых проблем организации эффективной работы обучающихся по овладению учебным материалом. Основанием выбора может быть наилучшая обеспеченность литературой и учебно-методическими материалами по данной теме, ее обобщающий характер, сформированный на аудиторных занятиях алгоритм изучения. Обязательным условием результативности самостоятельного освоения темы (вопроса) является контроль выполнения задания. Результаты могут быть представлены в форме конспекта, реферата, хронологических и иных таблиц, схем. Также могут проводиться блиц - контрольные и опросы. С целью проверки отработки материала, выносимого на самостоятельное изучение, могут проводиться домашние контрольные работы.

**Подготовка к лекционным занятиям**

Проведение лекций в инновационных (активных, интерактивных) формах требует специальной подготовки обучающихся для их привлечения к общению и активному восприятию материала. Самостоятельная работа должна вестись по заранее подготовленным преподавателем планам, заданиям, рекомендациям. Например, для удачного проведения лекции - пресс-конференции, необходимо подготовить обучающихся к формулировке вопросов, которые носят проблемный характер.

**Методические рекомендации по подготовке к лекционным занятиям**

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, так как она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

знакомит с новым учебным материалом;

разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;

систематизирует учебный материал;

ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

**Методические рекомендации по работе над конспектом лекции**

Основу теоретического обучения слушателей составляют лекции. Они дают систематизированные знания слушателям о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемой дисциплины. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению слушателями изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, как проблемные в форме диалога (интерактивные).

Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, обучающиеся должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. Слушатели должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Работу над конспектом следует начинать с его доработки, желательно в тот же день, пока материал еще легко воспроизводим в памяти (через 10 часов после лекции в памяти остается не более 30-40 % материала). С целью доработки необходимо прочитать записи, восстановить текст в памяти, а также исправить описки, расшифровать не принятые ранее сокращения, заполнить пропущенные места, понять текст, вникнуть в его смысл. Далее прочитать материал по рекомендуемой литературе, разрешая в ходе чтения возникшие ранее затруднения, вопросы, а также дополняя и исправляя свои записи. Записи должны быть наглядными, для чего следует применять различные способы выделений. В ходе доработки конспекта углубляются, расширяются и закрепляются знания, а также дополняется, исправляется и совершенствуется конспект.

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к семинарским и практическим занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений и формул, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

Непременным условием глубокого усвоения учебного материала является знание основ, на которых строится изложение материала. Обычно преподаватель напоминает, какой ранее изученный материал и в какой степени требуется подготовить к очередному занятию. Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нем что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний.

**Методические рекомендации по работе с рекомендованной литературой**

При работе с основной и дополнительной литературой целесообразно придерживаться такой последовательности: сначала прочитать весь заданный текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом материале, понять общий смысл прочитанного. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки,

конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

План — это схема прочитанного материала, перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала.

Конспект — это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

план-конспект — это развернутый детализированный план, в котором по наиболее сложным вопросам даются подробные пояснения,

текстуальный конспект — это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника,

свободный конспект — это четко и кратко изложенные основные положения в результате глубокого изучения материала, могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом,

тематический конспект - составляется на основе изучения ряда источников и дает ответ по изучаемому вопросу.

В процессе изучения материала источника и составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым и удобным для работы.

**Подготовка к семинарским занятиям** — традиционная форма самостоятельной работы обучающихся, включает отработку лекционного материала, изучение рекомендованной литературы, конспектирование предложенных источников. На семинарах могут зачитываться заранее подготовленные доклады и рефераты, и проходить их обсуждение. Возможно также привлечение обучающихся к рецензированию работ своих коллег. В этом случае, в рамках самостоятельной работы по подготовке к семинару, обучающимся следует заранее ознакомиться с содержанием рецензируемых работ. Эффективность результатов семинарского занятия во многом зависит от методического руководства подготовкой к занятию.

**Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям**

Следует разумно организовывать работу по подготовке к семинарскому занятию. К теме каждого семинара даётся определённый план, состоящий из нескольких вопросов, рекомендуется список литературы, в том числе, и обязательной. Работу следует организовать в такой последовательности:

прочтение рекомендованных глав из различных учебников;

ознакомление с остальной рекомендованной литературой из обязательного списка;

чтение и анализ каждого источника (документа).

Прежде всего, следует ознакомиться с методическими указаниями к каждому семинару.

При работе с каждым документом надо ответить для себя на следующие вопросы:

Кто автор документа?

Какое место эти авторы занимали в обществе?

Как мы должны относиться к его свидетельствам, какой ракурс оценки событий он представлял?

Каковы причины различного отношения современников к событиям?

Следует уяснить значение тех архаичных и незнакомых терминов, что встречаются в тексте.

Выводы из анализа документа должны делаться самостоятельно: хотя в исторической науке не следует пренебрегать авторитетом знаменитых авторов, но следует помнить, что не все научные положения являются бесспорной истиной. Критическое отношение (конечно, обдуманное) является обязательным элементом научной аналитической работы.

Подготовьте ответы на каждый вопрос плана. Каждое положение ответа подтверждается (если форма семинара это предусматривает) выдержкой из документа. Подготовку следует отразить в виде плана в специальной тетради подготовки к семинарам.

Следует продумать ответы на так называемые «проблемно-логические» задания. Каждое из этих заданий связано с работой по сравнению различных исторических явлений, обоснованием какого-либо тезиса, раскрытием содержания определённого понятия. Их следует продумать, а те, которые указаны преподавателем, можно выполнить как краткую письменную работу.

Если преподавателем поручено подготовить доклад или сообщение по какой-то указанной теме, то он готовится и в письменной, и в устной форме (в расчете на 5-7 минут сообщения). После этого он должен быть на семинаре обсуждён на предмет полноты, глубины раскрытия темы, самостоятельности выводов, логики развития мысли.

На семинарском занятии приветствуется любая форма вовлечённости: участие в обсуждении, дополнения, критика - всё, что помогает более полному и ясному пониманию проблемы.

Результаты работы на семинаре преподаватель оценивает и учитывает в ходе проведения рубежного контроля и промежуточной аттестации.

**Подготовка к опросу, проводимому в рамках семинарского занятия:** требует уяснения вопросов, вынесенных на конкретное занятие, подготовки выступлений, повторения основных терминов, запоминания формул и алгоритмов.

 Серьезная теоретическая подготовка необходима для проведения практических и лабораторных занятий. Самостоятельность обучающихся может быть обеспечена разработкой методических указаний по проведению этих занятий с четким определением цели их проведения, вопросов для определения готовности к работе. Указания по выполнению заданий практических и лабораторных занятий будут способствовать проявлению в ходе работы самостоятельности и творческой инициативы.

**Подготовка к тестированию (контрольным вопросам)**

Подготовка к тестированию \*контрольным вопросам) требует акцентирования внимания на определениях, терминах, содержании понятий, датах, алгоритмах, именах ученых в той или иной области.

Успешное выполнение тестовых заданий является необходимым условием итоговой положительной оценки в соответствии с рейтинговой системой обучения. Тестовые задания подготовлены на основе лекционного материала, учебников и учебных пособий по дисциплине.

Выполнение тестовых заданий предоставляет обучающимся возможность самостоятельно контролировать уровень своих знаний, обнаруживать пробелы в знаниях и принимать меры по их ликвидации. Форма изложения тестовых заданий позволяет закрепить и восстановить в памяти пройденный материал. Предлагаемые тестовые задания охватывают узловые вопросы теоретических и практических основ по дисциплине. Для формирования заданий использована закрытая форма. У обучающегося есть возможность выбора правильного ответа или нескольких правильных ответов из числа предложенных вариантов. Для выполнения тестовых заданий обучающиеся должны изучить лекционный материал по теме, соответствующие разделы учебников, учебных пособий и других литературных источников.

Контрольные тестовые задания выполняются обучающимися на семинарских занятиях. Репетиционные тестовые задания содержатся в фонде оценочных средств. С ними целесообразно ознакомиться при подготовке к контрольному тестированию.

Подготовка к аудиторной контрольной работе аналогична предыдущей форме, но требует более тщательного изучения материала по теме или блоку тем, где акцент делается на изучение причинно-следственных связей, раскрытию природы явлений и событий, проблемных вопросов.

**10.Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

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 на платформе 1С-Битрикс, включая ЭБС; 1С: Университет ПРОФ (в т.ч., личный кабинет обучающихся и профессорско-преподавательского состава).

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам:

- Справочно-правовые системы «Консультант плюс» - [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru).

- Справочно-правовые системы «Гарант» - [www.garant.ru](http://www.garant.ru).

 - Электронная библиотека Дипломатической Академии МИД России - <http://ebiblio.dipacademy.ru>.

* 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.biblio-online.ru>.
* ЭБС «Book.ru» - <https://www.book.ru/>.

 - ЭБС «Znanium.com» - <http://znanium.com/>.

 - ЭБС «IPRbooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>.

- Архивный банк данных Института социологии Российской академии наук - <https://www.isras.ru/Databank.html>.

- База открытых данных Минтруда России - <https://rosmintrud.ru/opendata>.

- База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» - <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/>.

- База данных «Библиотека управления» - Корпоративный менеджмент - <https://www.cfin.ru/rubricator.shtml>.

- База данных «Информирование граждан и работодателей о положении на рынке труда» Минтруда РФ - <https://rosmintrud.ru/ministry/programms/inform>.

- База данных для IT-специалистов (крупнейший в Европе ресурс) - <https://habr.com/>.

- База программных средств налогового учета - <https://www.nalog.ru/>.

- База данных агентства по рыночным исследованиям и консалтингу - [www.market-agency.ru](http://www.market-agency.ru).

- База данных Всемирного банка - Открытые данные - <https://data.worldbank.org/>.

- Базы данных Международного валютного фонда - <http://www.imf.org/external/russian/index.htm>.

- База данных ResearchPapersinEconomics (самая большая в мире коллекция электронных научных публикаций по экономике включает библиографические описания публикаций, статей, книг и других информационных ресурсов) - <https://edirc.repec.org/data/derasru.html>.

- База данных исследований Центра стратегических разработок -<https://www.csr.ru/issledovaniya/>.

- База данных «Библиотека управления» - Корпоративный менеджмент - <https://www.cfin.ru/rubricator.shtml>.

- База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>.

- База данных «Финансовые рынки» ЦБ РФ - <https://www.cbr.ru/finmarket/>.

- База данных Института философии РАН: Философские ресурсы: Текстовые ресурсы - <https://iphras.ru/page52248384.htm>.

- База данных Oxford Journals Оксфордская открытая инициатива включает полный и факультативный открытый доступ к более, чем 100 журналам, выбранным из каждой предметной области - <https://academic.oup.com/journals/pages/social_sciences>.

- База данных Аналитического центра Юрия Левады (Левада-центр) - <http://www.levada.ru/>.

- База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) - <https://wciom.ru/database/>.

- Базы данных Фонда "Общественное мнение" (ФОМ) - <http://fom.ru/>.

- База данных исследований Центра стратегических разработок <https://www.isras.ru/>.

- База данных НП «Международное Исследовательское Агентство «Евразийский Монитор» - <http://eurasiamonitor.org/issliedovaniia>.

- Единый архив экономических и социологических данных -<http://sophist.hse.ru/data_access.shtml>.

- Информационные системы и базы данных федерального портала ИСТОРИЯ.РФ - <https://histrf.ru/>.

- Информационная система Everyday English in Conversation - <http://www.focusenglish.com>.

- Лингвострановедческий словарь Россия – Портал «Образование на русском» - <https://pushkininstitute.ru/> (рекомендуется для иностранных студентов).

- Мультидисциплинарная платформа ScienceDirect обеспечивает всесторонний охват литературы из всех областей науки - <https://www.sciencedirect.com/>.

- Научная электронная библиотека - [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru).

- Образовательный ресурс «Российская цивилизация в пространстве, времени и мировом контексте» - <http://рос-мир.рф/>.

- Официальный сайт Государственной Думы Российской Федерации <http://duma.gov.ru/>.

- Официальный сайт Верховного Суда Российской Федерации - <https://www.vsrf.ru/>.

- Официальный сайт Конституционного Суда Российской Федерации - <http://www.ksrf.ru>.

- Официальный сайт Правительства РФ - <http://government.ru/>.

- Программно-аппаратный комплекс «Профессиональные стандарты» - <https://profstandart.rosmintrud.ru/>.

- Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus - <https://www.scopus.com>.

- Сайт Института Ближнего Востока - <http://www.iimes.su/>.

- Сайт Министерства науки и высшего образования РФ - перечень онлайн-курсов -

<https://minobrnauki.gov.ru/common/upload/library/2020/03/Spisok_onlayn-kursov_20200315-02.pdf>.

 - Cпециализированный ресурс для менеджеров по персоналу и руководителей -

 <http://www.hr-life.ru/>.

- Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - <http://gramota.ru/>.

- Федеральный образовательный портал «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru/catalog/>.

- Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» - <http://ecsocman.hse.ru>.

- Федеральный правовой портал «Юридическая Россия» - <http://www.law.edu.ru>.

- On line словарь и тезаурус Cambridge Dictionary - <https://dictionary.cambridge.org/ru/>.

**11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Академия располагает материально-технической базой, в полной мере обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий, дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренной учебным планом по данной дисциплине (модулю) и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам. Минимально необходимый перечень материально-технического обеспечения для данной дисциплины включает в себя:

-учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа на 40-180 рабочих мест, оборудованные специализированной (учебной) мебелью (столы, стулья, доска аудиторная меловая либо интерактивная), а также презентационной техникой;

-учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа 20 - 40 рабочих мест, оборудованные специализированной (учебной) мебелью (столы, стулья, доска аудиторная меловая либо интерактивная), а также презентационной техникой;

-учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации на 20-40 рабочих мест, оборудованные специализированной (учебной) мебелью (столы, стулья, доска аудиторная меловая либо интерактивная);

-помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

*Приложение 1 к РПД*

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**

**высшего образования «Дипломатическая академия**

**Министерства иностранных дел Российской Федерации»**

**Кафедра мировой экономики**

**ФОНД**

**ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**для проведения текущего контроля, промежуточной аттестации**

**по дисциплине**

**«Маркетинг»**

**Уровень высшего образования: Бакалавриат**

**Направление подготовки: 38.03.01 Экономика**

**Направленность (профиль): Мировая экономика**

**Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр**

**Форма обучения: очная**

**Год набора: 2020**

Москва

2020

Цель фонда оценочных средств по дисциплине **«**Маркетинг**»** (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.

1. **Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, с указанием этапов их формирования:**

 *Таблица 1.1.*

| **Код и расшифровка****компетенции** | **Этапы формирования компетенций** |
| --- | --- |
| **Начальный****(1)** | **Основной****(2)** | **Завершающий** **(3)** |
| ПК-6 |  | **+** |  |
| ПК-8 |  | **+** |  |

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

 Таблица 2.1.

|  |  |
| --- | --- |
| **Код и расшифровка компетенции** | **Показатель оценивания компетенции для данной дисциплины** |
| ПК-6 - способность анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей  | З2 ПК-6ЗНАТЬ:методологию интерпретацииданных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явленияхУ2 ПК-6УМЕТЬ:использовать методологию интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явленияхВ 2 ПК-6ВЛАДЕТЬ: методологией интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях |
| ПК-8 - способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии | З2 ПК-8ЗНАТЬ: возможности использования современных технических средств и информационных технологий для интерпретации результатов анализа экономической ситуацииУ2 ПК-8УМЕТЬ: использовать современные технические средства и информационные технологии для интерпретации результатов анализа экономической ситуацииВ2 ПК-8ВЛАДЕТЬ: навыками интерпретации результатов анализа экономической ситуации, используясовременные технические средства и информационные технологии |

*Таблица 2.2.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Темы дисциплины**  | **Наименование оценочного средства**  | **Перечень формируемых компетенций**  |
|  |  | **ПК-6(2)** | **ПК-8(2)** |  |  |  |
| Текущий контроль |
| Тема 1. Введение в основы маркетинга. Концепции, функции и цели | Устный вопрос | + | + |  |  |  |
| Доклады по темам | + | + |  |  |  |
| Тема 2. Основное содержание концепции многонационального рынка | Устный опрос | + | + |  |  |  |
| Рубежный контроль№1-Тест | + | + |  |  |  |
| Тема 3. Исследование мировых рынков. Общая информация о методах исследования | Устный опрос | + | + |  |  |  |
| Доклады по темам | + | + |  |  |  |
| Тема 4. Ценовая политика фирмы в маркетинге | Устный опрос | + | + |  |  |  |
| Рубежный контроль№2-Тест | + | + |  |  |  |
| Промежуточный контроль |
| Темы 1-4 | Промежуточный контроль – зачет |  |  |  |  |  |
|  |  | + | + |  |  |  |

**3. Типовые контрольные задания или 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**

**Контрольные вопросы к семинарам**

1. Эволюция развития концепции маркетинга.

2. Специализации стран в мировом хозяйстве.

3. Особенности и проблемы маркетинга в России.

4. Прямое инвестирование за рубежом как форма вовлечения в деятельность на зарубежном рынке.

5. Особенности выработки стратегии внешнеэкономической деятельности фирм.

6. Процесс планирования в маркетинге.

7. Элементы международной среды: экономические, политико-правовые, культурные.

8. Конъюнктурные и прогнозные исследования международного рынка

9. Маркетинговые информационные системы (МИС).

10. Исследование международного рынка и изучение собственного потенциала фирмы как части маркетингового исследования.

11. Сегментирование на внешнем рынке.

12. Стратегии охвата международного рынка.

13. Позиционирование товара на зарубежном рынке.

14. Международный комплекс маркетинга. Особенности товарной политики предприятий на внешнем рынке.

15. Этапы проведения международной товарной политики.

**Примерные вопросы к экзамену**

1. Понятие и сущность маркетинга.

2. Эволюция развития концепции маркетинга.

3. Международная маркетинговая концепция, ее содержание и направления развития.

4. Специализации стран в мировом хозяйстве.

5. Особенности и проблемы маркетинга в России.

6. Конкуренция и конкурентоспособность на внешнем рынке.

7. Основные решения, связанные со спецификой вхождения компании на зарубежные целевые рынки.

8. Совместная предпринимательская деятельность, виды совместной деятельности.

9. Прямое инвестирование за рубежом как форма вовлечения в деятельность на зарубежном рынке.

10. Особенности выработки стратегии внешнеэкономической деятельности фирм.

11. Факторы, оказывающие влияние на долгосрочные цели внешнеэкономической деятельности фирмы.

12. Характер стратегических альтернатив и ключевые проблемы их оценки.

13. Реализация стратегического плана внешнеэкономической деятельности фирм

14. Процесс планирования в международном маркетинге.

15. Элементы международной среды: экономические, политико-правовые, культурные.

16. Понятие и роль конкуренции в функционировании рыночной экономики.

17. Конкурентные преимущества, определяющие позицию фирмы в отрасли

18. Общая система условий конкурентного преимущества для развитого рынка.

19. Система управления маркетингом.

20. Понятие и особенности маркетинговых исследований.

21. Конъюнктурные и прогнозные исследования рынка

22. Первичная и вторичная информация в маркетинге

23. Маркетинговые информационные системы (МИС).

24. Исследование рынка и изучение собственного потенциала фирмы как части маркетингового исследования.

25. Основные этапы проведения маркетинговых исследований.

26. Характеристика фирм, оказывающих клиентам полный комплекс услуг

27. Характеристика фирм, концентрирующихся на исследованиях отдельных секторов экономики.

28. Типы и виды маркетинговых исследований.

29. Сегментирование на внешнем рынке.

30. Стратегии охвата международного рынка.

31. Позиционирование товара на зарубежном рынке.

32. Международный комплекс маркетинга. Особенности товарной политики предприятий на внешнем рынке.

33. Этапы проведения международной товарной политики.

34. Особенности проведения экспортной товарной политики.

35. Ассортиментная политика, ее особенности.

36. Оценка жизненного цикла товара на внешнем рынке.

37. Оценка конкурентоспособности товара на внешнем рынке.

38. Составляющие цены на внешнем рынке, методы ее регулирования.

39. Характеристика мировых цен на товары и услуги (определения, классификация).

40. Источники информации о ценах мирового рынка.

41. Сущность и особенности международной ценовой политики.

42. Разработка ценовых стратегий на внешнем рынке.

43. Понятие и сущность товародвижения в маркетинге.

44. Планирование товародвижения на внешнем рынке с учетом вида товаров, средств передвижения, способа доставки, сроков хранения.

45. Разработка и обоснование сбытовой политики на внешнем рынке

46. Выбор каналов и методов сбыта на внешнем рынке: прямой, косвенный и комбинированный (смешанный) методы.

47. Роль посредников в маркетинговой деятельности предприятий на зарубежном рынке.

48. Понятие и элементы международной системы продвижения (коммуникаций).

49. Принципы и новые подходы в формировании коммуникативной политики предприятий на внешнем рынке.

50. Коммуникационные каналы (личной коммуникации, неличной коммуникации).

51. Цели, задачи и основные правила создания международной рекламы.

52. Планирование международной рекламной деятельности и оценка ее эффективности.

*Приложение 1.1*

**Перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости**

| № п/п | Наименование оценочного средства | Краткая характеристика оценочного средства | Представление оценочного средства в фонде  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Контрольные вопросы к семинарам (для проведения опроса, обмена мнениями и пр.) | Средство, позволяющее структурировать и систематизировать материалы, которые готовятся слушателями к семинарским занятиям  | Комплект вопросов к семинарам |
|  | Доклад (с презентацией) | Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы | Темы докладов, сообщений, отчетов, презентаций |
|  | Тест | Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. | Фонд тестовых заданий |

**Перечень оценочных средств для промежуточной аттестации**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Форма контроля** | **Наименование оценочного средства** | **Представление оценочного средства в фонде** |
| 3. | Экзамен | Устный экзамен | Перечень вопросов, заданий |

*Приложение 1.2*

**Характеристика оценочного средства №1**

**Критерии оценки опроса**

Опрос является одним из средств текущего контроля. Опрос рекомендуется использовать для проверки и оценивания знаний, умений и навыков обучающихся, полученных в ходе занятий по освоению дисциплины. Проводится в виде письменного или устного опроса группы обучающихся. В ходе опроса для каждого обучающегося предусмотрено по одному вопросу.

**Качественные характеристики** - полнота, обобщенность, системность, действенность и прочность. Они характеризуют обученность и развитость бакалавров, помогают определить: уровень воспроизведения усваиваемого содержания и связей внутри него; связи между отдельными частями содержания при закреплении и актуализации знаний, умений; степень преобразования, реконструкции и сформированности новых знаний, умений.

**Основные показатели**, конкретизирующие критерии знаний бакалавров на семинарах, - это баллы (см. положение о балльно-рейтинговой системе ДА МИД России).

**Косвенные показатели** оценки знаний, умений бакалавров: качества личности, способствующие переходу знаний в убеждения, внутренние побудительные мотивы, познавательная активность и интерес, самостоятельность, критичность, положительная учебная мотивация.

**Критерии оценки:**

|  |
| --- |
|  |
| Макс. 9-10 баллов | Правильно и развернуто ответил на вопрос;Использовал терминологию по дисциплине;Применил навыки обобщения и анализа информации с использованием междисциплинарных знаний и положений;Высказал свою точку зрения;Продемонстрировал знание  |
| 6-8 баллов | Сжато ответил на вопрос;Использовал терминологию по дисциплине;Не полностью применил навыки обобщения и анализа информации с использованием междисциплинарных знаний и положений;Высказал свою точку зрения;Продемонстрировал некоторое знание  |
| 3-5 баллов | Сжато и не совсем точно ответил на вопрос;Использовал терминологию по дисциплине;Применил навыки обобщения и анализа информации с использованием междисциплинарных знаний и положений;Не высказал свою точку зрения |
| 0-2 балла | Не высказал свою точку зренияПродемонстрировал отсутствие знаний по теме |

*Приложение 1.3*

**Характеристика оценочного средства №2**

**Критерии оценки докладов (с презентацией)**

Доклад оценивается научным руководителем исходя из установленных кафедрой показателей и критериев оценки доклада.

**Критерии и показатели, используемые при оценивании учебного доклада (с презентацией)**

|  |  |
| --- | --- |
| Критерии  | Показатели |
| 1.Новизна текста Макс. - 2 балла | - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;- наличие авторской позиции, самостоятельность суждений. |
| 2. Степень раскрытия сущности проблемыМакс. – 4 балла | - соответствие плана теме доклада;- соответствие содержания теме и плану ;- полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы;- обоснованность способов и методов работы с материалом;- умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;- умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы. |
| 3. Обоснованность выбора источниковМакс. - 2 балла | - круг, полнота использования литературных источников по проблеме;- привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.). |
| 4. Соблюдение требований к оформлению Макс. - 1 балл | - правильное оформление ссылок на используемую литературу;- грамотность и культура изложения;- владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;- соблюдение требований к объему;- культура оформления: выделение абзацев. |
| 5. Грамотность Макс. - 1 балл | - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;- отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;- литературный стиль. |

**Оценивание доклада (с презентацией)**

Доклад оценивается по 10-балльной шкале, балы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

• 9– 10 баллов – «отлично»;

• 6– 8 баллов – «хорошо»;

• 3– 5 баллов – «удовлетворительно;

• 0-2 – «неудовлетворительно».

Баллы учитываются в процессе текущей оценки знаний программного материала.

*Приложение 1.4*

**Тесты**

|  |
| --- |
| **Критерии оценки:** |
| Макс. 9-10 баллов | 80-100% правильных ответов  |
| 6-8 баллов | 67-79% правильных ответов  |
| 3-5 баллов | 50-66% правильных ответов  |
| 0-2 балла | менее 50% правильных ответов  |

*Приложение 1.5*

**Форма экзаменационного билета**

**Экзаменационные билеты**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования «Дипломатическая академия

Министерства иностранных дел Российской Федерации»

**38.03.01 Экономика**

**Мировая экономика**

**Кафедра**: «Мировая экономика»

**Дисциплина** «Маркетинг»

1. Характер стратегических альтернатив и ключевые проблемы их оценки.
2. Система управления маркетингом.

Составитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.С. Харланов

(подпись)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ П.И. Толмачев

(подпись)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

**Вопросы для подготовки к экзамену**

1. Понятие и сущность маркетинга.

2. Эволюция развития концепции маркетинга.

3. Международная маркетинговая концепция, ее содержание и направления развития.

4. Специализации стран в мировом хозяйстве.

5. Особенности и проблемы маркетинга в России.

6. Конкуренция и конкурентоспособность на внешнем рынке.

7. Основные решения, связанные со спецификой вхождения компании на зарубежные целевые рынки.

8. Совместная предпринимательская деятельность, виды совместной деятельности.

9. Прямое инвестирование за рубежом как форма вовлечения в деятельность на зарубежном рынке.

10. Особенности выработки стратегии внешнеэкономической деятельности фирм.

11. Факторы, оказывающие влияние на долгосрочные цели внешнеэкономической деятельности фирмы.

12. Характер стратегических альтернатив и ключевые проблемы их оценки.

13. Реализация стратегического плана внешнеэкономической деятельности фирм

14. Процесс планирования в международном маркетинге.

15. Элементы международной среды: экономические, политико-правовые, культурные.

16. Понятие и роль конкуренции в функционировании рыночной экономики.

17. Конкурентные преимущества, определяющие позицию фирмы в отрасли

18. Общая система условий конкурентного преимущества для развитого рынка.

19. Система управления маркетингом.

20. Понятие и особенности маркетинговых исследований.

21. Конъюнктурные и прогнозные исследования рынка

22. Первичная и вторичная информация в маркетинге

23. Маркетинговые информационные системы (МИС).

24. Исследование рынка и изучение собственного потенциала фирмы как части маркетингового исследования.

25. Основные этапы проведения маркетинговых исследований.

26. Характеристика фирм, оказывающих клиентам полный комплекс услуг

27. Характеристика фирм, концентрирующихся на исследованиях отдельных секторов экономики.

28. Типы и виды маркетинговых исследований.

29. Сегментирование на внешнем рынке.

30. Стратегии охвата международного рынка.

31. Позиционирование товара на зарубежном рынке.

32. Международный комплекс маркетинга. Особенности товарной политики предприятий на внешнем рынке.

33. Этапы проведения международной товарной политики.

34. Особенности проведения экспортной товарной политики.

35. Ассортиментная политика, ее особенности.

36. Оценка жизненного цикла товара на внешнем рынке.

37. Оценка конкурентоспособности товара на внешнем рынке.

38. Составляющие цены на внешнем рынке, методы ее регулирования.

39. Характеристика мировых цен на товары и услуги (определения, классификация).

40. Источники информации о ценах мирового рынка.

41. Сущность и особенности международной ценовой политики.

42. Разработка ценовых стратегий на внешнем рынке.

43. Понятие и сущность товародвижения в маркетинге.

44. Планирование товародвижения на внешнем рынке с учетом вида товаров, средств передвижения, способа доставки, сроков хранения.

45. Разработка и обоснование сбытовой политики на внешнем рынке

46. Выбор каналов и методов сбыта на внешнем рынке: прямой, косвенный и комбинированный (смешанный) методы.

47. Роль посредников в маркетинговой деятельности предприятий на зарубежном рынке.

48. Понятие и элементы международной системы продвижения (коммуникаций).

49. Принципы и новые подходы в формировании коммуникативной политики предприятий на внешнем рынке.

50. Коммуникационные каналы (личной коммуникации, неличной коммуникации).

51. Цели, задачи и основные правила создания международной рекламы.

52. Планирование международной рекламной деятельности и оценка ее эффективности.

**Экзаменационные билеты**

**Критерии оценки:**

Оценка **«ОТЛИЧНО» (28-30 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.

 Оценка **«ХОРОШО» (19-27 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.

Оценка **«УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» (10-19 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.

Оценка **«НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» (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.