



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ по дисциплине

Международный бизнес и маркетинг

Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) подготовки:	Менеджмент и маркетинг в креативных индустриях
Квалификация (степень):	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Срок освоения по данной программе:	4 года

1. Формы и оценочные материалы текущего контроля успеваемости, и промежуточной аттестации

В процессе и по завершению изучения дисциплины оценивается формирование у студентов следующих компетенций:

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать	Уметь	Иметь практический опыт
ПК-1. Способен подготовить план и техническое задание для проведения маркетингового исследования	ИПК-1.1. Выявляет проблемы и формулирует цели при планировании маркетингового исследования	- базовые принципы планирования международной маркетинговой деятельности; - содержание процесса маркетинговых исследований и методов сбора информации и уметь применять их в планировании деятельности компании;	-проводить исследования актуальных проблем бизнеса в мирохозяйственном контексте, в том числе с применением маркетинговых инструментов; -собирать и обрабатывать обратную связь от различных групп потребителей на международном уровне.	-решения типовых задач профессиональной деятельности; -аналитической работы и бизнес-планирования; -выстраивания эффективных коммуникаций внутри группы.
	ИПК-1.2. Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования			
ПК-4. Способен организовывать проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИПК-4.2. Использует основные инструменты комплекса маркетинга при планировании, разработке и реализации маркетингового исследования	- экономические, социальные, правовые, технологические, культурные и другие особенности развития и функционирования бизнес-организаций в мире. - набор исследовательских инструментов, применяемых с целью проведения маркетингового исследования - принципы отбора, анализа, группировки и представления информации	-проводить исследования актуальных проблем бизнеса в мирохозяйственном контексте, в том числе с применением маркетинговых инструментов; -собирать и обрабатывать обратную связь от различных групп потребителей на международном уровне.	-организации проведения маркетингового исследования с целью совершенствования рекламной политики компании - реализации маркетингового исследования

1.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости осуществляется путем оценки результатов выполнения заданий практических (семинарских), самостоятельной работы, предусмотренных учебным планом и посещения занятий/ активность на занятиях.

В качестве оценочных средств текущего контроля успеваемости предусмотрены:

- Групповые презентации

- Дискуссии в группе
- Рефлексивный дневник

На каждом занятии студентам предлагается обсудить изученный материал в группе по предложенным вопросам на основании подготовленных ими мини-докладов / высказываний / суждений в формате дискуссии. Выступление каждого студента по вопросу должно быть содержательным, аргументированным, опираться на материалы лекции и рекомендованной литературы. Приветствуется использование дополнительных источников. На одно высказывание отводится не более 7 минут.

Примерные темы для дискуссий:

1. Особенности формирования центров деловой активности в мировом хозяйстве.
2. Развитие процессов глобализации и их влияние на составляющие международного бизнеса.
3. Современные направления развития международного бизнеса.
4. Международный бизнес в условиях западноевропейской интеграции.
5. Влияние внешней среды на параметры международного бизнеса.
6. Основные цели, задачи и функции международного маркетинга.
7. Содержание основных стратегий внешнеэкономической деятельности.
8. Характеристика каналов распределения на мировых рынках.
9. Особенности коммуникативной политики на международных рынках.
10. Понятие экспортного товара в международном маркетинге.
11. Особенности сегментирования зарубежных целевых рынков.
12. Понятие мировой цены и факторы ее определяющие.
13. Анализ внешних факторов среды в международном маркетинге.
14. Корпоративная культура международных компаний.
15. Управление талантами в международных компаниях.
16. Модели управления компаниями в разных странах: Восток против Запада.
17. Организация контроля в международном маркетинге.
18. Подходы к выбору форм международного бизнеса.
19. Проблемы установления и развития промышленной кооперации между российскими и иностранными компаниями.
20. Контролируемые и неконтролируемые факторы среды международного маркетинга.

Рефлексивный дневник:

Еженедельно, после каждого лекционного занятия студенты должны заполнять рефлексивный дневник, в котором необходимо фиксировать свои мысли по поводу обсуждаемых на занятиях вопросов: актуальность материала, личные наблюдения по вопросам / идеи, решения, возможности практического применения полученных знаний в повседневной жизни или в будущей профессиональной деятельности.

Дневник должен содержать 9 тематических записей + 1 заключение с выводами о результатах изучения дисциплины в целом. Каждая запись должна быть в среднем из 200-350 слов, приветствуется использование визуальных материалов (картинок,

графики, изображений, схем) в качестве дополнения / подтверждения / сопровождения высказываний, аргументов. Работа должна быть оформлена в едином стиле, в электронном формате. У работы должен быть титульный лист, а также оглавление, страницы следует пронумеровать, разделы (темы) выделить. Работа должна быть направлена преподавателю после последней лекции на электронный адрес.

Групповые презентации:

Студентам необходимоделиться на небольшие группы - до 3 человек и подготовить презентацию - слайды на одну из предложенных тем. В зависимости от выбранной темы представить проект одногруппникам нужно будет на практическом занятии по теме №5, либо по теме №7.

Презентация должна быть - не более 15 слайдов, время выступления - не более 10 минут, время на обсуждение вопросов от преподавателя и аудитории - не более 15 минут.

Примерные темы презентаций:

1. Социальная маркетинговая среда _____ (зарубежная страна по выбору)
2. Культурная маркетинговая среда _____ (зарубежная страна по выбору)
3. Корпоративная культура в _____ (зарубежная фирма по выбору)
4. Менеджмент международных компаний. Пример _____ (зарубежная фирма по выбору)

Критерии оценки доклада и презентации

№	Критерии	Оценка	%
1	Структура	– количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления (для 10-минутного выступления рекомендуется использовать не более 15 слайдов) – наличие титульного слайда и слайда с выводами	до 20
2	Наглядность	– иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается – используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.)	до 20
3	Дизайн и настройка	– оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления	до 10
4	Содержание	– презентация отражает основные этапы исследования	до 30

		(проблема, цель, гипотеза, ход работы, выводы, ресурсы) – содержит полную, понятную информацию по теме работы – орфографическая и пунктуационная грамотность	
5	Требования к выступлению	– выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал – выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории – выступающий точно укладывается в рамки регламента (10+15 минут)	до 20
Всего			100%

Критерии оценки рефлексивного дневника:

оценка «отлично» (40-35 баллов)

- содержание работы полностью соответствует теме;
- глубоко и аргументировано раскрывается тема, что свидетельствует об отличном знании проблемы и дополнительных материалов, необходимых для ее освещения, умение делать выводы и обобщения;
- стройное по композиции, логическое и последовательное изложение мыслей;
- четко сформулирована проблема, связно и полно доказывается выдвинутый тезис;
- написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию;
- фактические ошибки отсутствуют;
- достигнуто смысловое единство текста, дополнительно использующегося материала;
- используются графики, изображения, схемы, подкрепляющие, дополняющие, раскрывающие суждения автора;
- заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части
- работа выполнена в едином стиле, страницы пронумерованы, есть титульный лист и оглавление.

оценка «хорошо» (34-21 баллов)

- достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее;
- обнаруживаются хорошие знания литературного материала, и других источников по теме сочинения и умение пользоваться ими для обоснования своих мыслей, а также делать выводы и обобщения;
- логическое и последовательное изложение текста работы;
- четко сформулирован тезис, соответствующий теме записи;
- в основной части логично, связно, но недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис;
- используются графики, изображения, схемы, подкрепляющие, дополняющие, раскрывающие суждения автора;
- работа выполнена в едином стиле, страницы пронумерованы, есть титульный лист и оглавление.

оценка «удовлетворительно» (20-11 баллов)

- в основном раскрывается тема;
- дан верный, но односторонний или недостаточно полный ответ на тему;
- допущены отклонения от нее или отдельные ошибки в изложении фактического материала;
- обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения;
- материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения последовательности выражения мыслей;
- отсутствуют иллюстрации;
- выводы не полностью соответствуют содержанию основной части;
- имеются недочеты в оформлении.

оценка «неудовлетворительно» (10-0 баллов)

- тема полностью не раскрыта, что свидетельствует о поверхностном знании;
- состоит из путаного пересказа отдельных событий, без вывода и обобщений;
- характеризуется случайным расположением материала, отсутствием связи между частями;
- отсутствует оформление, нет иллюстративных материалов;
- выводы не вытекают из основной части;
- многочисленные(60-100%) заимствования текста из других источников;
- отличается наличием грубых речевых ошибок.

Критерии выставления оценок за участие в дискуссиях:

10 баллов	выставляется студенту, если он активен, умеет отстаивать свою точку зрения, выделяет проблему в дискуссии, четко аргументирует свой ответ
9-7 баллов	выставляется студенту, если он активен, умеет отстаивать свою точку зрения, четко выделяет проблему в дискуссии. Знает теоретические основы обсуждаемой проблемы. Но допускает незначительные ошибки при определении понятий. Ошибки при обозначении достоинств и недостатков в определении «проблемного поля».
6-5 баллов	выставляется студенту, если он недостаточно активен в дискуссии, допускает неточности при анализе теоретических основ проблемы, допускает ошибки при описании теорий управления, затрудняется при изложении достоинств и недостатков «проблемного поля».
4-0 баллов	выставляется студенту, который пассивен в дискуссии, допускает существенные ошибки, полностью игнорирует задание.

1.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета

В качестве средств, используемых на промежуточной аттестации, предусматривается:

- Тестирование.

1.3. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

1. Форма международного маркетинга, которая охватывает организации, осуществляющие маркетинговые операции во многих государствах на основе международного разделения труда.

- а) многонациональный маркетинг;
- б) стратегический маркетинг;
- в) мировой маркетинг;
- г) внутренний маркетинг.

2. Какой из перечисленных видов деятельности не включается в международный маркетинг?

- а) маркетинговые исследования;
- б) производство продукции, основанное на знании нужд потребителей;
- в) стратегическое планирование;
- г) выбор технологии производства.

3. Косвенный экспорт не осуществляется через:

- а) филиал компании;
- б) посредника - экспортера;
- в) агента - экспортера;
- г) кооперативную организацию.

4. Большое количество предприятий, ведущих внешнюю торговлю, со временем основывают за рубежом собственные производственные филиалы для изготовления товаров - это стратегия:

- а) прямого инвестирования;
- б) общего владения;
- в) экспорта;
- г) совместной предпринимательской деятельности.

5. Углубление степени насыщения товарами и услугами, которые предлагаются для всех групп потребителей, выбор максимальной глубины рыночного спроса

- а) стратегия диверсификация;
- б) стратегия сегментации;
- в) стратегия интернационализации;
- г) стратегия дифференциации.

6. Основу господства международных корпораций на мировом рынке составляют:

- а) прямые инвестиции
- б) портфельные инвестиции
- в) поддержка государства

г) партнерские связи

7. Сделка, когда посредник сбывает от своего имени товар, поставленный продавцом на склад посредника, называется:

- а) консигнационной
- б) дистрибьютерской
- в) компенсационной
- г) франчайзинг

8. Кто является автором наиболее авторитетного в мире исследования о конкурентоспособности стран и наций:

9. Основное отличие международного совместного предприятия (МСП) от других форм экономических союзов:

10. Порядок рассмотрения споров во внешней торговле – это:

Критерии оценки

40-36 баллов	Студент безошибочно ответил на 90-100% вопросов теста.
35-30 баллов	Студент безошибочно ответил на 70-89% вопросов теста.
29-21 баллов	Студент безошибочно ответил на 51-60% вопросов теста.
20-0 баллов	Студент безошибочно ответил менее, чем на 50% вопросов теста.

2. Критерии оценки по дисциплине

Итоговая оценка студента по дисциплине (максимум 100 баллов) складывается из работы по данной дисциплине (текущий контроль успеваемости, максимум 60 баллов) и промежуточной аттестации (максимум 40 баллов).

Описание работ	Максимальное количество баллов
Выполнение форм текущего контроля успеваемости:	
Дискуссия в группе	10
Групповые презентации	20
Рефлексивный дневник	30
Итого текущий контроль:	60

Промежуточная аттестация:	40
Итого по всем формам контроля:	100

Шкала соответствия оценок промежуточной аттестации (при проведении зачета)

	100-балльная оценка	Европейская шкала оценки Оценка по шкале ECTS
зачтено	40–100	E, D, C, B, A
не зачтено	Менее 40	F

Соответствие оценок балльно-рейтинговой системы Университета европейскому стандарту:

100-балльная оценка	Европейская шкала оценки Оценка по шкале ECTS	Критерии оценки
80–100	<i>A</i>	« <i>Зачтено</i> » — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество их выполнения по всем критериям задания соответствует оценкам отлично или очень хорошо, задания выполнены без ошибок, представленная работа содержит оригинальное (или инновационное) решение либо исполнение задания или существенных элементов задания, при этом оно соответствует общим целям и задачам проекта.
70–79	<i>B</i>	« <i>Зачтено</i> » — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество выполнения большинства из них оценено по критериям задания как очень хорошо или отлично.
60–69	<i>C</i>	« <i>Зачтено</i> » — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно , все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество выполнения большинства заданий соответствует по всем критериям задания оценкам хорошо или выше , некоторые виды заданий выполнены с незначительными ошибками .
50–59	<i>D</i>	« <i>Зачтено</i> » — теоретическое содержание курса освоено частично , но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий

		<p>выполнены, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки. Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, возможно, некоторые из них на минимально достаточном уровне.</p>
40–49	<i>E</i>	<p>«Зачтено» — теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые или все практические навыки работы сформированы на начальном уровне, некоторые предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения соответствует минимальному достаточному (зачетному) баллу, предложенные решения или исполнение содержат ошибки. Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, все или некоторые из них на минимально достаточном уровне.</p>
0–39	<i>F</i>	<p>«Не зачтено» — теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, и / или выполненные учебные задания содержат грубые ошибки. Как минимум один из запланированных образовательных результатов не достигнут.</p>