

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе

_____ / О.В. Юсупова

" ____ " _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.10.02 «Маркетинг таможенных услуг»

Код и направление подготовки (специальность)	38.05.02 Таможенное дело
Направленность (профиль)	Таможенное дело
Квалификация	Специалист таможенного дела
Форма обучения	Заочная
Год начала подготовки	2022
Институт / факультет	Теплоэнергетический факультет (ТЭФ)
Выпускающая кафедра	кафедра "Управление и системный анализ теплоэнергетических и социотехнических комплексов"
Кафедра-разработчик	кафедра "Управление и системный анализ теплоэнергетических и социотехнических комплексов"
Объем дисциплины, ч. / з.е.	72 / 2
Форма контроля (промежуточная аттестация)	Зачет

Б1.В.10.02 «Маркетинг таможенных услуг»

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) **38.05.02 Таможенное дело**, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от № 1453 от 25.11.2020 и соответствующего учебного плана.

Разработчик РПД:

Доцент, кандидат
экономических наук, доцент
(должность, степень, ученое звание)

Д.Б Штрикова

(ФИО)

Заведующий кафедрой

М.Ю. Лившиц, доктор
технических наук, профессор

(ФИО, степень, ученое звание)

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методического совета
факультета / института (или учебно-
методической комиссии)

Ю.Н Горбунова, кандидат
экономических наук

(ФИО, степень, ученое звание)

Руководитель образовательной
программы

К.В. Трубицын, кандидат
экономических наук

(ФИО, степень, ученое звание)

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы	4
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
4.1 Содержание лекционных занятий	6
4.2 Содержание лабораторных занятий	6
4.3 Содержание практических занятий	7
4.4. Содержание самостоятельной работы	7
5. Перечень учебной литературы и учебно-методического обеспечения по дисциплине (модулю)	8
6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения	9
7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных, информационно-справочных систем	9
8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	9
9. Методические материалы	10
10. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)	11

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (знать, уметь, владеть, соотнесенные с индикаторами достижения компетенции)
Профессиональные компетенции			
Не предусмотрено	ПК-30 Способен выполнить подготовку к заключению внешнеторгового контракта и осуществить его документарное сопровождение	ПК-30.1 Знать: структуру внешнеторгового контракта и документы, сопровождающие его оформление	Знать основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций
		ПК-30.2 Уметь: подготовить внешнеторговый контракт к заключению	Уметь осуществлять поиск и систематизацию открытых источников информации о внешних рынках для сбыта продукции организацией - участником ВЭД
		ПК-30.3 Владеть: навыками документарного сопровождения внешнеторгового контракта	Владеть навыками проведения сравнительного анализа характеристик продукции организации - участника ВЭД и ее аналогов на внешних рынках
	ПК-32 Владеет навыками организации работ по внешнеэкономической деятельности	ПК-32.1 Знать: виды работ по внешнеэкономической деятельности	Знать инструментальные средства маркетинга применительно к таможенным услугам
		ПК-32.2 Уметь: выполнять различные виды работ по внешнеэкономической деятельности	Уметь осуществлять выбор потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта
		ПК-32.3 Владеть: навыками организации работ по внешнеэкономической деятельности	Владеть навыками проведения окончательного анализа предложений потенциальных партнеров по условиям сотрудничества для заключения внешнеторгового контракта

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы: **вариативная часть**

Код компетенции	Предшествующие дисциплины	Параллельно осваиваемые дисциплины	Последующие дисциплины

ПК-30	Контракты и внешнеторговая документация		Подготовка к защите и процедура защиты выпускной квалификационной работы; Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
ПК-32	Таможенный менеджмент		Подготовка к защите и процедура защиты выпускной квалификационной работы; Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена; Управление таможенными органами и таможенной деятельностью

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Всего часов / часов в электронной форме	8 семестр часов / часов в электронной форме
Аудиторная контактная работа (всего), в том числе:	6	6
Лекции	2	2
Практические занятия	4	4
Внеаудиторная контактная работа, КСР	2	2
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	60	60
подготовка к практическим занятиям	60	60
Контроль	4	4
Итого: час	72	72
Итого: з.е.	2	2

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

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы				
		ЛЗ	ЛР	ПЗ	СРС	Всего часов
1	Теоретические основы маркетинга	2	0	0	0	2
2	Виды и методы международных маркетинговых коммуникаций	0	0	2	30	32
3	Маркетинговая деятельность	0	0	2	30	32

	КСР	0	0	0	0	2
	Контроль	0	0	0	0	4
	Итого	2	0	4	60	72

4.1 Содержание лекционных занятий

№ занятия	Наименование раздела	Тема лекции	Содержание лекции (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Количество часов / часов в электронной форме
8 семестр				
1	Теоретические основы маркетинга	Развитие теории и практики маркетинга.	История развития маркетинга. Маркетинг как философия бизнеса. Цели и задачи маркетинга. Виды маркетинга. Маркетинг в отдельных сферах деятельности. Концепции маркетинга и их эволюция. Функции маркетинга. Комплекс маркетинга. Факторы, учитываемые при реализации маркетинга. Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга. Задачи, решаемые высшим руководством предприятия. Задачи, решаемые службой управления маркетингом. Место, роль и проблемы маркетинга в сфере таможенных услуг. Основные идеи маркетинга таможенных услуг. Формальное описание задачи маркетинга таможенных услуг. Государственный институт как некоммерческий субъект рынка. Таможенная система на рынке услуг. Факторы, актуализирующие проблему маркетинга таможенных услуг. Морфологическая схема взаимосвязи факторов, воздействующих на таможенную систему, возникающих проблем и инструментария, используемого для их решения. Современные условия и направления развития таможенного администрирования. Генеральная стратегия развития таможенной службы России.	2
Итого за семестр:				2
Итого:				2

4.2 Содержание лабораторных занятий

Учебные занятия не реализуются.

4.3 Содержание практических занятий

№ занятия	Наименование раздела	Тема практического занятия	Содержание практического занятия (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Количество часов / часов в электронной форме
8 семестр				
1	Виды и методы международных маркетинговых коммуникаций	Маркетинговое исследование: процесс, методы и инструменты. Между-народные маркетинговые коммуникации. Маркетинговые исследования и мониторинг таможенных услуг.	Методы маркетинговых исследований. Инструменты маркетинговых исследований. Поиск и систематизация открытых источников информации о внешних рынках для сбыта продукции организацией - участником ВЭД. Виды маркетинговых коммуникаций - реклама, PR, брендинг. Проведение сравнительного анализа характеристик продукции организации - участника ВЭД и ее аналогов на внешних рынках.	2
2	Маркетинговая деятельность	Инструментальные средства маркетинга применительно к таможенным услугам. Оценка эффективности маркетинговой деятельности.	Стратегии поиска потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.	2
Итого за семестр:				4
Итого:				4

4.4. Содержание самостоятельной работы

Наименование раздела	Вид самостоятельной работы	Содержание самостоятельной работы (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Количество часов
8 семестр			
Виды и методы международных маркетинговых коммуникаций	Подготовка к практическому занятию.	Методы маркетинговых исследований. Инструменты маркетинговых исследований. Поиск и систематизация открытых источников информации о внешних рынках для сбыта продукции организацией - участником ВЭД. Виды маркетинговых коммуникаций - реклама, PR, брендинг. Проведение сравнительного анализа характеристик продукции организации - участника ВЭД и ее аналогов на внешних рынках.	30

Маркетинговая деятельность	Подготовка к практическому занятию.	Стратегии поиска потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности. Комплекс маркетинга. Факторы, учитываемые при реализации маркетинга. Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга. Задачи, решаемые высшим руководством предприятия. Задачи, решаемые службой управления маркетингом. Место, роль и проблемы маркетинга в сфере таможенных услуг. Основные идеи маркетинга таможенных услуг. Формальное описание задачи маркетинга таможенных услуг. Морфо-логическая схема взаимосвязи факторов, воздействующих на таможенную систему, возникающих проблем и инструментария, используемого для их решения. Современные условия и направления развития таможенного администрирования. Генеральная стратегия развития таможенной службы России. Сегментирование рынка. Географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие признаки сегментации.	30
Итого за семестр:			60
Итого:			60

5. Перечень учебной литературы и учебно-методического обеспечения по дисциплине (модулю)

№ п/п	Библиографическое описание	Ресурс НТБ СамГТУ (ЭБС СамГТУ, IPRbooks и т.д.)
Основная литература		
1	Международный маркетинг; ЮНИТИ-ДАНА, 2020.- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu iprbooks 101901	Электронный ресурс
Дополнительная литература		
2	Маркетинг таможенных услуг; Российская таможенная академия, 2010.- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu iprbooks 69451	Электронный ресурс
3	Хлебович, Д.И. Сфера услуг:маркетинг : Учеб.пособие / Под ред.Т.Д.Бурменко.- М., КНОРУС, 2009.- 235 с.	Электронный ресурс

Доступ обучающихся к ЭР НТБ СамГТУ (elib.samgtu.ru) осуществляется посредством электронной информационной образовательной среды университета и сайта НТБ СамГТУ по логину и паролю.

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

При проведении лекционных занятий используется мультимедийное оборудование.

Организовано взаимодействие обучающегося и преподавателя с использованием электронной ин-формационной образовательной среды университета.

№ п/п	Наименование	Производитель	Способ распространения
1	Комплекс программ «ВЭД»	СТМ (Отечественный)	Лицензионное
2	Пакет MS Office	Microsoft (Зарубежный)	Лицензионное
3	Справочно-правовая система «Консультант Плюс»	Консультант Плюс (Отечественный)	Лицензионное

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование	Краткое описание	Режим доступа
1	официальный сайт Федеральной таможенной службы РФ.	http://customs.ru/	Ресурсы открытого доступа
2	Кафедра «Управление и системный анализ теплоэнергетических и социотехнических комплексов» (УСАТСК).	http://usat.samgtu.ru/ - Кафедра «Управление и системный анализ теплоэнергетических и социотехнических комплексов» (УСАТСК).	Ресурсы открытого доступа
3	Официальный сайт Всемирной таможенной организации	www.wcoomd.org	Ресурсы открытого доступа
4	Официальный сайт Евразийского экономического союза	eaeunion.org	Ресурсы открытого доступа
5	Официальный сайт Евразийской экономической комиссии	eurasiancommission.org	Ресурсы открытого доступа
6	Электронная библиотека изданий СамГТУ	http://irbis.samgtu.local/cgi-bin/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe	Российские базы данных ограниченного доступа

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Аудитории для лекционных занятий укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия, тематические иллюстрации).

Практические занятия

Аудитории для практических занятий укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде СамГТУ:

- читальный зал НТБ СамГТУ (ауд. 200 корпус № 8; ауд. 125 корпус № 1; ауд. 41, 31, 34, 35 Главный корпус библиотеки, ауд. 83а, 414, 416, 0209 АСА СамГТУ; ауд. 401 корпус №10);

- компьютерные классы (ауд. 218, 210 корпус № 8; ауд. 47, 48 корпус № 6).

9. Методические материалы

Методические рекомендации при работе на лекции

До лекции студент должен просмотреть учебно-методическую и научную литературу по теме лекции с тем, чтобы иметь представление о проблемах, которые будут разбираться в лекции.

Перед началом лекции обучающимся сообщается тема лекции, план, вопросы, подлежащие рассмотрению, доводятся основные литературные источники. Весь учебный материал, сообщаемый преподавателем, должен не просто прослушиваться. Он должен быть активно воспринят, т.е. услышан, осмыслен, понят, зафиксирован на бумаге и закреплен в памяти. Приступая к слушанию нового учебного материала, полезно мысленно установить его связь с ранее изученным. Следя за техникой чтения лекции (акцент на существенном, повышение тона, изменение ритма, пауза и т.п.), необходимо вслед за преподавателем уметь выделять основные категории, законы и определять их содержание, проблемы, предполагать их возможные решения, доказательства и выводы. Осуществляя такую работу, можно значительно облегчить себе понимание учебного материала, его конспектирование и дальнейшее изучение.

Конспектирование лекции позволяет обработать, систематизировать и лучше сохранить полученную информацию с тем, чтобы в будущем можно было восстановить в памяти основные, содержательные моменты. Типичная ошибка, совершаемая обучающимся, дословное конспектирование речи преподавателя. Как правило, при записи «слово в слово» не остается времени на обдумывание, анализ и синтез информации. Отбирая нужную информацию, главные мысли, проблемы, решения и выводы, необходимо сокращать текст, строить его таким образом, чтобы потом можно было легко в нем разобраться. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых можно будет делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. С окончанием лекции работа над конспектом не может считаться завершенной. Нужно еще восстановить отдельные места, проверить, все ли понятно, уточнить что-то на консультации и т.п. с тем, чтобы конспект мог быть использован в процессе подготовки к практическим занятиям, зачету, экзамену. Конспект лекции – незаменимый учебный документ, необходимый для самостоятельной работы.

Методические рекомендации при подготовке и работе на практическом занятии

Практические занятия по дисциплине проводятся в целях выработки практических умений и приобретения навыков в решении профессиональных задач.

Рекомендуется следующая схема подготовки к практическому занятию:

1. ознакомление с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы;
2. проработка конспекта лекции;

3. чтение рекомендованной литературы;
4. подготовка ответов на вопросы плана практического занятия;
5. выполнение тестовых заданий, задач и др.

Подготовка обучающегося к практическому занятию производится по вопросам, разработанным для каждой темы практических занятий и (или) лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы.

Работа студентов во время практического занятия осуществляется на основе заданий, которые выдаются обучающимся в начале или во время занятия. На практических занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике занятий. Обучающимся необходимо обращать внимание на основные понятия, алгоритмы, определять практическую значимость рассматриваемых вопросов. На практических занятиях обучающиеся должны уметь выполнить расчет по заданным параметрам или выработать определенные решения по обозначенной проблеме. Задания могут быть групповые и индивидуальные. В зависимости от сложности предлагаемых заданий, целей занятия, общей подготовки обучающихся преподаватель может подсказать обучающимся алгоритм решения или первое действие, или указать общее направление рассуждений. Полученные результаты обсуждаются с позиций их адекватности или эффективности в рассмотренной ситуации.

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению с учетом потребностей и возможностей обучающегося.

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий;
- на лекциях, практических занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания;
- на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.;
- в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении обучающимся учебных и практических задач.

Эффективным средством осуществления обучающимся самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем.

10. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств представлен в приложении № 1.

**Фонд оценочных средств
по дисциплине
Б1.В.10.02 «Маркетинг таможенных услуг»**

Код и направление подготовки (специальность)	38.05.02 Таможенное дело
Направленность (профиль)	Таможенное дело
Квалификация	Специалист таможенного дела
Форма обучения	Заочная
Год начала подготовки	2022
Институт / факультет	Теплоэнергетический факультет (ТЭФ)
Выпускающая кафедра	кафедра "Управление и системный анализ теплоэнергетических и социотехнических комплексов"
Кафедра-разработчик	кафедра "Управление и системный анализ теплоэнергетических и социотехнических комплексов"
Объем дисциплины, ч. / з.е.	72 / 2
Форма контроля (промежуточная аттестация)	Зачет

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной
программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (знать, уметь, владеть, соотнесенные с индикаторами достижения компетенции)
Профессиональные компетенции			
Не предусмотрено	ПК-30 Способен выполнить подготовку к заключению внешнеторгового контракта и осуществить его документарное сопровождение	ПК-30.1 Знать: структуру внешнеторгового контракта и документы, сопровождающие его оформление	Знать основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций
		ПК-30.2 Уметь: подготовить внешнеторговый контракт к заключению	Уметь осуществлять поиск и систематизацию открытых источников информации о внешних рынках для сбыта продукции организацией - участником ВЭД
		ПК-30.3 Владеть: навыками документарного сопровождения внешнеторгового контракта	Владеть навыками проведения сравнительного анализа характеристик продукции организации - участника ВЭД и ее аналогов на внешних рынках
	ПК-32 Владеет навыками организации работ по внешнеэкономической деятельности	ПК-32.1 Знать: виды работ по внешнеэкономической деятельности	Знать инструментальные средства маркетинга применительно к таможенным услугам
		ПК-32.2 Уметь: выполнять различные виды работ по внешнеэкономической деятельности	Уметь осуществлять выбор потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта
		ПК-32.3 Владеть: навыками организации работ по внешнеэкономической деятельности	Владеть навыками проведения окончательного анализа предложений потенциальных партнеров по условиям сотрудничества для заключения внешнеторгового контракта

Матрица соответствия оценочных средств запланированным результатам обучения

Таблица 3

Код и индикатор достижения компетенции	Оценочные средства		
	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Наименование оценочного средства		
<p align="center">ПК-30</p> <p>Знать: Основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций</p>	Вопросы для устного опроса; тестовые задания для текущего контроля успеваемости; вопросы для подготовки к зачету	Вопросы для устного опроса; тестовые задания для текущего контроля успеваемости; вопросы для подготовки к зачету	Вопросы для устного опроса; тестовые задания для текущего контроля успеваемости; вопросы для подготовки к зачету
<p align="center">ПК-30</p> <p>Уметь: Осуществлять поиск и систематизацию открытых источников информации о внешних рынках для сбыта продукции организацией - участником ВЭД</p>	-	Кейс-задание	Кейс-задание
<p align="center">ПК-30</p> <p>Владеть: Навыками проведения сравнительного анализа характеристик продукции организации - участника ВЭД и ее аналогов на внешних рынках</p>	-	Кейс-задание	Кейс-задание
<p align="center">ПК-32</p> <p>Знать: Инструментальные средства маркетинга применительно к таможенным услугам</p>	-	Вопросы для устного опроса; тестовые задания для текущего контроля успеваемости; вопросы для подготовки к зачету	-
<p align="center">ПК-32</p> <p>Уметь: осуществлять выбор потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта</p>		Кейс-задание	Кейс-задание
<p align="center">ПК-32</p> <p>Владеть: Навыками проведения окончательного анализа предложений потенциальных партнеров по условиям сотрудничества для заключения внешнеторгового контракта</p>	-	Кейс-задание	Кейс-задание

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы.

2.1. Формы текущего контроля успеваемости

**Типовые тестовые задания для проведения текущего контроля успеваемости
(раздел 1 и 2)**

1. Какой вид маркетинга основан на особенностях каждого национального рынка, в связи с чем необходима адаптация комплекса маркетинга к условиям каждого рынка?

- а) международный маркетинг;
- б) экспортный маркетинг;
- в) мультинациональный маркетинг;
- г) глобальный маркетинг;
- д) бифокальный маркетинг.

2. Какие критерии сегментации международного рынка ориентированы на отношения, поведение субъектов системы маркетинга?

- а) географические;
- б) демографические;
- в) психографические;
- г) профессионально-личностные;
- д) производственно-экономические.

3. Какой вид маркетинга рассматривает весь мир как единый рынок и построен на единообразии в национальных, культурных, поведенческих и других характеристиках рынка, а не на учете национальных особенностей?

- а) мировой маркетинг;
- б) мультинациональный маркетинг;
- в) интернациональный маркетинг;
- г) глобальный маркетинг;
- д) международный маркетинг.

4. Какая ценовая стратегия используется часто субъектом международного рынка за счет применения крайне низких цен, практически исключая возможность появления аналогичных товаров других продавцов?

- а) стратегия «ценового лидера»;
- б) стратегия «снятие сливок»;
- в) стратегия «политика вытеснения»;
- г) стратегия «политика проникновения»;
- д) стратегия дифференцированных цен.

5. Что относится к сервисным компонентам товара?

- а) гарантии;
- б) продукт;
- в) дизайн;
- г) стиль;
- д) упаковка.

6. Какие признаки характеризуют состояние отраслей и предприятий – потребителей конкретных товаров, технологические процессы, масштабы фирм-потребителей, уровень экономической конъюнктуры в регионе или в стране, где располагается компания, методы организации сбыта, логистические требования?

- а) демографические;
- б) профессионально-личностные;
- в) географические;
- г) психографические;
- д) производственно-экономические.

7. Что является типичным направлением комплексного анализа внешнего рынка?

- а) изучение потребителей;
- б) изучение товара;
- в) изучение рынка;
- г) все перечисленное;
- д) изучение конкуренции.

8 Какая реклама предусматривает передачу постоянным контрагентам, а также розничным потребителям бесплатно подарков, образцов товаров, премий?

- а) реклама в оформлении товара;
- б) наружная реклама;
- в) реклама в местах продажи;
- г) реклама по стимулированию продаж;
- д) реклама в демонстрации товара.

9 Какой тип международного маркетингового исследования проводится с целью выявления коммерческого интереса, который фирма может иметь на международных рынках или сегментах?

- а) общие и предварительные исследования;
- б) нет верного ответа;
- в) тесты и испытания;
- г) исследование возможности создания филиалов за рубежом;
- д) исследование особенностей функционирования международного рынка.

10. Какие исследования базируются на изучении существующих источников информации и включают сбор имеющихся данных?

- а) полевые исследования;
- б) количественные исследования;
- в) первичные исследования;
- г) качественные исследования;
- д) кабинетные исследования.

Ключ к тестовым заданиям

№ вопроса	Ответ	№ вопроса	Ответ
1	В	6	А
2	В	7	Г
3	Г	8	Г
4	В	9	Б
5	А	10	Д

Кол-во верных ответов	Характеристика	Контролируемая компетенция
9 – 10	- глубокое знание учебно-программного материала; - умение свободно выполнять задания; - усвоение взаимосвязи основных понятий дисциплины; - способность самостоятельно приобретать новые знания и умения; - способность самостоятельно использовать углубленные знания.	ПК-30 ПК-32
7 – 8	- полное знание учебно-программного материала; - успешное выполнение предусмотренных программой задания; - демонстрация систематического характера знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшего обучения в вузе и в будущей профессиональной деятельности.	
5 – 6	- знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшего обучения; - выполнение заданий, предусмотренных программой; - допущение неточностей в ответе, но обладание необходимыми знаниями для их устранения.	
4 и менее	- наличие пробелов в знаниях основного учебно-программного материала; - допущение принципиальных ошибок в выполнении предусмотренных программой заданий.	

Типовые тестовые задания для проведения текущего контроля успеваемости (раздел 3)

1. К какому виду маркировки относятся предупредительные надписи и знаки, обозначающие способ обращения с грузом при транспортировке, перегрузке, хранении?

- а) транспортная;
- б) нет верного ответа;
- в) специальная;
- г) отправительская;
- д) товарная.

2. Какими факторами определяется конкурентоспособность экспортного товара?

- а) все перечисленные факторы;
- б) удобство, бесперебойность в эксплуатации;
- в) надежность, долговечность;
- г) качество изготовления;
- д) высокий технический уровень.

3. Как называется деятельность по реализации коммерческих и творческих идей, стимулирующих продажи за рубежом изделий или услуг рекламодателя?

- а) PR;
- б) реклама;
- в) стимулирование сбыта;
- г) директ-маркетинг;
- д) личные (персональные) продажи.

4. Какая функция паблик рилейшнз означает создание у покупателей определенных образов, ассоциаций, облегчающих впоследствии восприятие фирменной товарной рекламы?

- а) информативная;
- б) напоминающая;
- в) предрекламная;
- г) престижная;
- д) барьерная.

5. Какая стратегия охвата рынка требует от фирмы сосредоточения усилий на одном или нескольких, но обязательно прибыльных сегментах рынка?

- а) стратегия концентрированного маркетинга;
- б) стратегия недифференцированного маркетинга;
- в) стратегия дифференцированного маркетинга;
- г) стратегия массового маркетинга;
- д) ничего из перечисленного.

6. Что относится к качественным целям международного маркетинга?

- а) рост прибыли субъекта рынка;
- б) уменьшение затрат на производство товара;
- в) выход на новые рынки;
- г) рост доли рынков, занимаемых товарами данного субъекта международного рынка;
- д) увеличение объема продаж в денежном и натуральном выражениях.

7. Какие элементы входят в состав культурной среды, влияющей на международный бизнес?

- а) все перечисленное;
- б) язык;
- в) образование;
- г) религия;
- д) ценности и отношения.

8. Какой метод маркетинговых исследований предполагает построение и анализ моделей, описывающих конкретные ситуации в отдельных странах или регионах?

- а) эксперимент;
- б) опрос;
- в) наблюдение;
- г) имитация;
- д) фокус-группа.

9. Какой канал государственного регулирования цен включает протекционистские мероприятия по внешней торговле, установление импортных таможенных пошлин, квоты, лицензирование и т.д.

- а) нет верного ответа;
- б) государственное регулирование цен внутреннего рынка;
- в) бюджетное субсидирование экспорта;
- г) демпинг;
- д) таможенная политика.

10. Как называется выбор и использование типов каналов распределения и самого физического процесса движения товаров в международной торговле?

- а) планирование международного распределения;
- б) планирование экспортного товарного ассортимента;
- в) международное планирование производства товаров;
- г) планирование стимулирования сбыта (предложения);
- д) планирование цен в международной маркетинговой деятельности.

Ключ к тестовым заданиям

№ вопроса	Ответ	№ вопроса	Ответ
1	В	6	В
2	А	7	А
3	В	8	Г

4	В	9	Д
5	А	10	А
Кол-во верных ответов	Характеристика		Контролируемая компетенция
9 – 10	<ul style="list-style-type: none"> - глубокое знание учебно-программного материала; - умение свободно выполнять задания; - усвоение взаимосвязи основных понятий дисциплины; - способность самостоятельно приобретать новые знания и умения; - способность самостоятельно использовать углубленные знания. 		ПК-30
7 – 8	<ul style="list-style-type: none"> - полное знание учебно-программного материала; - успешное выполнение предусмотренных программой задания; - демонстрация систематического характера знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшего обучения в вузе и в будущей профессиональной деятельности. 		
5 – 6	<ul style="list-style-type: none"> - знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшего обучения; - выполнение заданий, предусмотренных программой; - допущение неточностей в ответе, но обладание необходимыми знаниями для их устранения. 		
4 и менее	<ul style="list-style-type: none"> - наличие пробелов в знаниях основного учебно-программного материала; - допущение принципиальных ошибок в выполнении предусмотренных программой заданий. 		

Типовое кейс-задание (раздел 2,3)

1. Составьте список открытых источников информации о внешних рынках для сбыта продукции организацией - участником ВЭД;
2. Проведите анализ предложений потенциальных партнеров по условиям сотрудничества для заключения внешнеторгового контракта.

Типовые вопросы для устного опроса (раздел 1 – 3)

1. История развития маркетинга.
2. Цели и задачи маркетинга.
3. Виды маркетинга.
4. Концепции маркетинга и их эволюция.
5. Функции маркетинга.
6. Комплекс маркетинга.
7. Микросреда маркетинга.
8. Макросреда маркетинга.
9. Место, роль и проблемы маркетинга в сфере таможенных услуг.
10. Формальное описание задачи маркетинга таможенных услуг
11. Понятие, виды и природа рынка.
12. Сегментирование рынка.
13. Признаки сегментирования - географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие.
14. Цели и система маркетинговой информации.
15. Алгоритм маркетингового исследования.
16. Виды маркетинговых коммуникаций - реклама, PR, брендинг
17. Виды рекламы на международных рынках.
18. Виды информации маркетингового исследования, содержание, достоинства и недостатки.
19. Методы маркетинговых исследований.
20. Инструменты маркетинговых исследований.
21. Стратегии поиска потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта.
22. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
23. Качественные методы: опросы и экспертные оценки
24. Важность определения критериев оценки
25. Количественные методы оценки: индекс роста товарооборота
26. Метод сопоставления дополнительного валового дохода

2.2. Формы промежуточной аттестации

Типовые вопросы для подготовки к зачету (раздел 1 – 3)

1. История развития маркетинга.
2. Цели и задачи маркетинга. Виды маркетинга. Функции маркетинга.
3. Концепции маркетинга и их эволюция.

4. Комплекс маркетинга.
5. Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга.
6. Место, роль и проблемы маркетинга в сфере таможенных услуг. Формальное описание задачи маркетинга таможенных услуг
7. Понятие, виды и природа рынка.
8. Сегментирование рынка. Признаки сегментирования - географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие.
9. Цели и система маркетинговой информации. Алгоритм маркетингового исследования.
10. Виды маркетинговых коммуникаций - реклама, PR, брендинг
11. Виды рекламы на международных рынках.
12. Виды информации маркетингового исследования, содержание, достоинства и недостатки.
13. Методы маркетинговых исследований.
14. Инструменты маркетинговых исследований.
15. Стратегии поиска потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта.
16. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
17. Качественные методы: опросы и экспертные оценки
18. Важность определения критериев оценки
19. Количественные методы оценки: индекс роста товарооборота
20. Метод сопоставления дополнительного валового дохода

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

1-й этап процедуры оценивания: оценивание уровня достижения каждого из запланированных результатов обучения – дескрипторов (знаний, умений, владений) в соответствии со шкалами и критериями, установленными картами компетенций ОПОП (Приложение 1 к ОПОП). Экспертной оценке преподавателя подлежит сформированность отдельных дескрипторов, для оценивания которых предназначена данная оценочная процедура текущего контроля и промежуточной аттестации согласно матрице соответствия оценочных средств результатам обучения.

2-й этап процедуры оценивания: интегральная оценка достижения обучающимся запланированных результатов обучения по итогам отдельных видов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Характеристика процедуры промежуточной аттестации по дисциплине

№	Наименование оценочного средства	Периодичность и способ проведения процедуры оценивания	Методы оценивания	Виды выставляемых оценок	Способ учета индивидуальных достижений обучающихся
1	Тестовые задания для текущего контроля успеваемости (разделы 1-3)	2 раза за курс / <i>письменно</i>	экспертный	баллы	Журнал учета успеваемости, рабочая книжка преподавателя
2	Вопросы для устного опроса (разделы 1-3)	Систематически на лекционных занятиях / <i>устно</i>	экспертный	баллы	Журнал учета успеваемости, рабочая книжка преподавателя
3	Кейс-задание (разделы 2-3)	Систематически на практических занятиях / <i>письменно</i>	экспертный	баллы	Журнал учета успеваемости, рабочая книжка преподавателя
4	Вопросы к зачету (разделы 1-3)	По окончании изучения дисциплины / <i>устно</i>	экспертный	зачет/незачет	Рабочая книжка преподавателя, ведомость, зачетная книжка

Шкала и процедура оценивания сформированности компетенций

На этапе промежуточной аттестации используется система оценки успеваемости обучающихся, которая позволяет преподавателю оценить уровень освоения материала обучающимися. Критерии оценивания сформированности планируемых результатов обучения (дескрипторов) представлены в карте компетенции ОПОП.

Форма оценки знаний: зачет/незачет. Практические занятия (письменный отчет) оцениваются балльно-рейтинговой оценкой.

Шкала оценивания:

«Зачет» – выставляется, если сформированность заявленных дескрипторов компетенций на 50% и более оценивается не ниже «удовлетворительно» при условии отсутствия критерия «неудовлетворительно». Выставляется, когда обучающийся показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Незачет» – выставляется, если сформированность заявленных дескрипторов компетенций менее чем 50% (в соответствии с картами компетенций ОПОП) оценивается критериями «удовлетворительно», «хорошо» и «отлично»: при ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений фактического материала, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины.

Ответы и решения обучающихся оцениваются по следующим общим критериям: распознавание проблем; определение значимой информации; анализ проблем; аргументированность; использование стратегий; творческий подход; выводы; общая грамотность.

Соответствие критериев оценивания сформированности планируемых результатов обучения (дескрипторов) системам оценок представлено ниже.

Интегральная оценка

Критерии	Традиционная оценка	Балльно-рейтинговая оценка
5, 4, 3, 2	незачет	0 - 49
5, 4, 3	зачет	50 - 100

Обучающиеся обязаны сдавать все задания в сроки, установленные преподавателем.