

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Иркутский государственный университет путей сообщения»
(ФГБОУ ВО ИргУПС)

УТВЕРЖДЕНА
приказом и.о. ректора
от «17» июня 2022 г. № 77

**Б1.О.27 Международный маркетинг и внешнеэкономическая
деятельность**

рабочая программа дисциплины

Специальность/направление подготовки – 38.03.02 Менеджмент

Специализация/профиль – Логистика и управление цепями поставок

Квалификация выпускника – Бакалавр

Форма и срок обучения – очная форма 4 года

Кафедра-разработчик программы – Финансовый и стратегический менеджмент

Общая трудоемкость в з.е. – 3
Часов по учебному плану (УП) – 108

Формы промежуточной аттестации
очная форма обучения:
экзамен 6 семестр

Очная форма обучения	Распределение часов дисциплины по семестрам	
	Семестр б	Итого
Вид занятий	Часов по УП	Часов по УП
Аудиторная контактная работа по видам учебных занятий/ в т.ч. в форме ПП*	51	51
– лекции	17	17
– практические (семинарские)	34	34
– лабораторные		
Самостоятельная работа	21	21
Экзамен	36	36
Итого	108	108

ИРКУТСК

Электронный документ выгружен из ЕИС ФГБОУ ВО ИргУПС и соответствует оригиналу

Подписант ФГБОУ ВО ИргУПС Трофимов Ю.А.

00a73c5b7b623a969ccad43a81ab346d50 с 08.12.2022 14:32 по 02.03.2024 14:32 GMT+03:00

Подпись соответствует файлу документа



Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденным Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970.

Программу составил(и):
к.э.н., доцент, О.В.Кашпурова

Рабочая программа рассмотрена и одобрена для использования в учебном процессе на заседании кафедры «Финансовый и стратегический менеджмент», протокол от «17» июня 2022 г. № 10

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент

С.А. Халетская

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1 Цель дисциплины	
1	формирование профессиональных знаний будущих специалистов в области международного маркетинга и внешнеэкономической деятельности при выборе зарубежных рынков, организаций, управления и регулирования внешнеэкономической деятельности, внешнеэкономических связей и умение применять их в практической деятельности
1.2 Задачи дисциплины	
1	сформировать у обучающихся навыки управления международным маркетингом и внешнеэкономической деятельностью;
2	сформировать у обучающихся умение выбирать способы взаимодействия с зарубежными партнерами;
3	сформировать у обучающихся навык выбирать способы реализации маркетинговых стратегий при работе на внешнем рынке;
4	сформировать у обучающихся знания в области организации и технологии внешнеторговых операций и заключении контрактов
1.3 Цель воспитания и задачи воспитательной работы в рамках дисциплины	
Профессионально-трудовое воспитание обучающихся	
Цель – формирование у обучающихся осознанной профессиональной ориентации, понимания общественного смысла труда и значимости его для себя лично, ответственного, сознательного и творческого отношения к будущей деятельности, профессиональной этики, способности предвидеть изменения, которые могут возникнуть в профессиональной деятельности, и умению работать в изменённых, вновь созданных условиях труда.	
Цель профессионально-трудового воспитания достигается по мере решения в единстве следующих задач:	
– формирование сознательного отношения к выбранной профессии;	
– воспитание чести, гордости, любви к профессии, сознательного отношения к профессиональному долгу, понимаемому как личная ответственность и обязанность;	
– формирование психологии профессионала;	
– формирование профессиональной культуры, этики профессионального общения;	
– формирование социальной компетентности и другие задачи, связанные с имиджем профессии и авторитетом транспортной отрасли	

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
Блок/часть ОПОП	Блок 1. Дисциплины / Обязательная часть
2.1 Дисциплины и практики, на которых основывается изучение данной дисциплины	
1	Б1.О.21 Статистика
2	Б1.О.23 Ценообразование
3	Б1.О.24 Информационные технологии в менеджменте
4	Б1.О.25 Основы учетной деятельности
5	Б1.О.28 Торговое дело
6	Б1.О.30 Теория организации и организационное поведение
7	Б1.О.33 Финансовый учет
8	Б1.О.34 Экономико-математическое моделирование транспортных процессов
9	Б1.О.35 Общий курс железных дорог
10	Б1.О.36 Управленческий учет
11	Б2.О.02(Н) Учебная - научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)
2.2 Дисциплины и практики, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее	
1	Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы
2	Б3.02(Д) Защита выпускной квалификационной работы

3 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ТРЕБОВАНИЯМИ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ		
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения	ОПК-2.3 Производит сбор и обработку данных необходимых для эффективного функционирования организации	Знать: международный рынок, его среду и особенность; сущность, формы и условия внешнеэкономической деятельности (ВЭД); сущность методов исследования; регулирование и управление ВЭД; особенности проведения маркетинговых исследований; формирование образа фирмы на международном рынке

поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	Уметь: проводить кабинетные и полевые исследования зарубежных рынков; сегментировать международный рынок, вести деловое общение с инофирмами; оценивать и выбирать зарубежные рынки
	Владеть: навыками применения на практике Правил международной торговли Инкотермс; навыками сбора данных для составления эффективного внешнеэкономического контракта; навыками обработки данных для составления эффективного внешнеэкономического контракта

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код	Наименование разделов, тем и видов работ	Очная форма				*Код индикатора достижения компетенции
		Семестр	Часы			
			Лек	Пр	Лаб	
1.0	Раздел 1. Международный маркетинг.					
1.1	Тема 1. Сущность международного маркетинга	6	1	2	1	ОПК-2.3
1.2	Тема 2. Маркетинговые исследования, анализ и выбор зарубежных рынков	6	1	2	1	ОПК-2.3
1.3	Тема 3. Товарная политика в международном маркетинге	6	1	2	1	ОПК-2.3
1.4	Тема 4. Организация и ведение деловых переговоров с иностранными партнерами	6	1	2	1	ОПК-2.3
1.5	Тема 5. Ценовая политика в комплексе международного маркетинга	6	1	2	1	ОПК-2.3
1.6	Тема 6. Каналы распределения	6	1	2	1	ОПК-2.3
1.7	Тема 7. Коммуникационная политика фирм на зарубежных рынках	6	1	2	1	ОПК-2.3
1.8	Тема 8. Передача технологий как форма выхода на внешний рынок.	6	1	2	1	ОПК-2.3
1.9	Тема 9. Реализация маркетинговых стратегий на международном рынке	6	1	2	1	ОПК-2.3
1.10	Тема 10. Совместная деятельность за рубежом	6	1	2	1	ОПК-2.3
2.0	Раздел 2. Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД).					
2.1	Тема 11. Современный хозяйственный механизм внешнеэкономической деятельности и организации управления ВЭД на уровне предприятия	6	1	2	1	ОПК-2.3
2.2	Тема 12. Государственное управление и регулирование внешнеэкономической деятельности в РФ	6	1	2	1	ОПК-2.3
2.3	Тема 13. Организация ВЭД на уровне предприятия	6	1	2	1	ОПК-2.3
2.4	Тема 14. Порядок экономического обоснования отдельных форм ВЭД	6	1	2	2	ОПК-2.3
2.5	Тема 15. Организация и техника внешнеэкономических операций	6	1	2	2	ОПК-2.3
2.6	Тема 16. Структура и содержание внешнеэкономического контракта	6	1	2	2	ОПК-2.3
2.7	Тема 17. Основные проблемы и пути совершенствования ВЭД	6	1	2	2	ОПК-2.3
	Форма промежуточной аттестации – экзамен	6	36			ОПК-2.3
	Итого часов (без учёта часов на промежуточную аттестацию)		17	34	21	

5 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине оформлен в виде приложения № 1 к рабочей программе дисциплины и размещен в электронной информационно-образовательной среде Университета, доступной обучающемуся через его личный кабинет

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература		
6.1.1 Основная литература		
	Библиографическое описание	Кол-во экз. в библиотеке/онлайн
6.1.1.1	Прокушев, Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность : учебник и практикум для вузов - 11-е изд. пер. и доп. Е. Ф. Прокушев, А. А. Костин ; под редакцией Е. Ф. Прокушева.. Москва : Юрайт, 2022. - 471с. - Текст: электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/488783 (дата обращения: 09.09.2022)	Онлайн
6.1.2 Дополнительная литература		
	Библиографическое описание	Кол-во экз. в библиотеке/онлайн
6.1.2.1	Сейфуллаева, М. Э. Международный маркетинг : учебное пособие / М. Э. Сейфуллаева, Н. Д. Эриашвили, С. В. Земляк, Р. Н. Нагапетьянц, Н. Г. Каменева. Москва : Юнити-Дана, 2020. - 261с. - Текст: электронный. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685797 (дата обращения: 14.09.2022)	Онлайн
6.1.3 Учебно-методические разработки (в т. ч. для самостоятельной работы обучающихся)		
	Библиографическое описание	Кол-во экз. в библиотеке/онлайн
6.1.3.1	Кашпурова, О.В. Методические указания по изучению дисциплины Б1.О.27 Международный маркетинг и внешнеэкономическая деятельность по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Логистика и управление цепями поставок / О.В. Кашпурова; ИрГУПС. – Иркутск: ИрГУПС, 2023. – 11 с. - Текст: электронный. - URL: https://www.irgups.ru/eis/for_site/umkd_files/mu_8602_1502_2022_1_signed.pdf	Онлайн
6.2 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		
6.2.1	Электронно-библиотечная система «Образовательная платформа ЮРАЙТ», https://urait.ru/	
6.3 Программное обеспечение и информационные справочные системы		
6.3.1 Базовое программное обеспечение		
6.3.1.1	Microsoft Windows Professional 10, государственный контракт от 20.07.2021 № 0334100010021000013-01	
6.3.1.2	Microsoft Office Russian 2010, государственный контракт от 20.07.2021 № 0334100010021000013-01	
6.3.1.3	FoxitReader, свободно распространяемое программное обеспечение http://free-software.com.ua/pdf-viewer/foxit-reader/	
6.3.1.4	Adobe Acrobat Reader DC свободно распространяемое программное обеспечение https://get.adobe.com/ru/reader/enterprise/	
6.3.1.5	Яндекс. Браузер. Прикладное программное обеспечение общего назначения, Офисные приложения, лицензия – свободно распространяемое программное обеспечение по лицензии BSD License	
6.3.2 Специализированное программное обеспечение		
6.3.2.1	Не предусмотрено	
6.3.3 Информационные справочные системы		
6.3.3.1	Не предусмотрены	
6.4 Правовые и нормативные документы		
6.4.1	Не предусмотрены	

7 ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	
1	Корпуса А, Б, В, Г, Д, Е ИрГУПС находятся по адресу г. Иркутск, ул. Чернышевского, д. 15; корпус Л ИрГУПС находится – по адресу г. Иркутск, ул. Лермонтова, д.80
2	Учебная аудитория Л-322 для проведения лекционных и практических занятий, лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), текущего контроля и промежуточной аттестации. Основное оборудование: специализированная мебель, мультимедиапроектор, экран, компьютер. Для проведения занятий имеются учебно-наглядные пособия (презентации, плакаты).
3	Учебная аудитория Л-205 для проведения лекционных и практических занятий, лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), текущего контроля и промежуточной аттестации. Основное оборудование: специализированная мебель, мультимедиапроектор, экран, компьютер. Для проведения занятий

	имеются учебно-наглядные пособия (презентации, плакаты).
4	<p>Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду ИрГУПС. Помещения для самостоятельной работы обучающихся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – читальные залы; – учебные залы вычислительной техники А-401, А-509, А-513, А-516, Д-501, Д-503, Д-505, Д-507; – помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования – А-521

8 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебной деятельности	Организация учебной деятельности обучающегося
Лекция	<p>Лекция (от латинского «lectio» – чтение) – вид аудиторных учебных занятий. Лекция: закладывает основы научных знаний в систематизированной, последовательной, обобщенной форме; раскрывает состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники; концентрирует внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах; стимулирует познавательную активность обучающихся.</p> <p>Во время лекционных занятий обучающийся должен уметь сконцентрировать внимание на изучаемых проблемах и включить в работу все виды памяти: словесную, образную и моторно-двигательную. Для этого весь материал, излагаемый преподавателем, обучающемуся необходимо конспектировать. На полях конспекта следует помечать вопросы, выделенные обучающимся для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в виде формул, рекомендуется в конспекте подчеркивать или обводить рамкой, чтобы лучше запомнились. Полезно составить краткий справочник, содержащий определения важнейших понятий лекции. К каждому занятию следует разобрать материал предыдущей лекции. Изучая материал по учебнику или конспекту лекций, следует переходить к следующему вопросу только в том случае, когда хорошо усвоен предыдущий вопрос. Ряд вопросов дисциплины может быть вынесен на самостоятельное изучение. Такое задание требует оперативного выполнения. В конспекте лекций необходимо оставить место для освещения упомянутых вопросов. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, то необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии</p>
Практическое занятие	<p>Практическое занятие – вид аудиторных учебных занятий, целенаправленная форма организации учебного процесса, при реализации которой обучающиеся по заданию и под руководством преподавателя выполняют практические задания. Практические задания направлены на углубление научно-теоретических знаний и овладение определенными методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения тех или иных учебных действий в данной сфере науки. Практические занятия развивают научное мышление и речь, позволяют проверить знания обучающихся, выступают как средства оперативной обратной связи; цель практических занятий – углублять, расширять, детализировать знания, полученные на лекции, в обобщенной форме и содействовать выработке навыков профессиональной деятельности.</p> <p>На практических занятиях подробно рассматриваются основные вопросы дисциплины, разбираются основные типы задач. К каждому практическому занятию следует заранее самостоятельно выполнить домашнее задание и выучить лекционный материал к следующей теме. Систематическое выполнение домашних заданий обязательно и является важным фактором, способствующим успешному усвоению дисциплины</p>
Самостоятельная работа	<p>Обучение по дисциплине «Международный маркетинг и внешнеэкономическая деятельность» предусматривает активную самостоятельную работу обучающегося. В разделе 4 рабочей программы, который называется «Структура и содержание дисциплины», все часы самостоятельной работы расписаны по темам и вопросам, а также указана необходимая учебная литература: обучающийся изучает учебный материал, разбирает примеры и решает разноуровневые задачи в рамках выполнения как общих домашних заданий, так и индивидуальных домашних заданий (ИДЗ) и других видов работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины. При выполнении домашних заданий обучающемуся следует обратиться к задачам, решенным на предыдущих практических занятиях, решенным домашним работам, а также к примерам, приводимым лектором. Если этого будет недостаточно для выполнения всей работы можно дополнительно воспользоваться учебными пособиями, приведенными в разделе 6.1 «Учебная литература». Если, несмотря на изученный материал, задание выполнить не удастся, то в обязательном порядке необходимо посетить консультацию преподавателя, ведущего практические</p>

	<p>занятия, и/или консультацию лектора.</p> <p>Домашние задания, индивидуальные домашние задания и другие работы, предусмотренные рабочей программой дисциплины должны быть выполнены обучающимся в установленные преподавателем сроки в соответствии с требованиями к оформлению текстовой и графической документации, сформулированным в Положении «Требования к оформлению текстовой и графической документации. Нормоконтроль»</p>
<p>Комплекс учебно-методических материалов по всем видам учебной деятельности, предусмотренным рабочей программой дисциплины (модуля), размещен в электронной информационно-образовательной среде ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет</p>	

Приложение № 1 к рабочей программе

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**для проведения текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации**

1. Общие положения

Фонд оценочных средств (ФОС) является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися образовательной программы.

Фонд оценочных средств предназначен для использования обучающимися, преподавателями, администрацией ИрГУПС, а также сторонними образовательными организациями для оценивания качества освоения образовательной программы и уровня сформированности компетенций у обучающихся.

Задачами ФОС являются:

- оценка достижений обучающихся в процессе изучения дисциплины;
- обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс;
- самоподготовка и самоконтроль обучающихся в процессе обучения.

Фонд оценочных средств сформирован на основе ключевых принципов оценивания: валидность, надежность, объективность, эффективность.

Для оценки уровня сформированности компетенций используется трехуровневая система:

- минимальный уровень освоения, обязательный для всех обучающихся по завершению освоения образовательной программы; дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач;

- базовый уровень освоения, превышение минимальных характеристик сформированности компетенций; позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам;

- высокий уровень освоения, максимально возможная выраженность характеристик компетенций; предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

2. Перечень компетенций, в формировании которых участвует дисциплина.

Программа контрольно-оценочных мероприятий. Показатели оценивания компетенций, критерии оценки

Дисциплина «Международный маркетинг и внешнеэкономическая деятельность» участвует в формировании компетенций:

ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

Программа контрольно-оценочных мероприятий очная форма обучения

№	Наименование контрольно-оценочного мероприятия	Объект контроля	Код индикатора достижения компетенции	Наименование оценочного средства (форма проведения*)
6 семестр				
1.0	Раздел 1. Международный маркетинг			
1.1	Текущий контроль	Тема 1. Сущность международного маркетинга	ОПК-2.3	Собеседование (устно)
1.2	Текущий контроль	Тема 2. Маркетинговые исследования, анализ и выбор зарубежных рынков	ОПК-2.3	Собеседование (устно)
1.3	Текущий контроль	Тема 3. Товарная политика в международном маркетинге	ОПК-2.3	Собеседование (устно)
1.4	Текущий контроль	Тема 4. Организация и ведение деловых переговоров с иностранными партнерами	ОПК-2.3	Собеседование (устно)
1.5	Текущий контроль	Тема 5. Ценовая политика в комплексе международного маркетинга	ОПК-2.3	Контрольная работа (КР) (письменно)
1.6	Текущий контроль	Тема 6. Каналы распределения	ОПК-2.3	Собеседование (устно)
1.7	Текущий контроль	Тема 7. Коммуникационная политика фирм на зарубежных рынках	ОПК-2.3	Деловая игра (устно)
1.8	Текущий контроль	Тема 8. Передача технологий как форма выхода на внешний рынок.	ОПК-2.3	Собеседование (устно)
1.9	Текущий контроль	Тема 9. Реализация маркетинговых стратегий на международном рынке	ОПК-2.3	Собеседование (устно)
1.10	Текущий контроль	Тема 10. Совместная деятельность за рубежом	ОПК-2.3	Собеседование (устно)
2.0	Раздел 2. Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД)			
2.1	Текущий контроль	Тема 11. Современный хозяйственный механизм внешнеэкономической деятельности и организации управления ВЭД на уровне предприятия	ОПК-2.3	Собеседование (устно)
2.2	Текущий контроль	Тема 12. Государственное управление и регулирование внешнеэкономической деятельности в РФ	ОПК-2.3	Собеседование (устно)
2.3	Текущий контроль	Тема 13. Организация ВЭД на уровне предприятия	ОПК-2.3	Собеседование (устно)
2.4	Текущий контроль	Тема 14. Порядок экономического обоснования отдельных форм ВЭД	ОПК-2.3	Собеседование (устно)
2.5	Текущий контроль	Тема 15. Организация и техника внешнеэкономических операций	ОПК-2.3	Дискуссия (устно)

2.6	Текущий контроль	Тема 16. Структура и содержание внешнеэкономического контракта	ОПК-2.3	Собеседование (устно)
2.7	Текущий контроль	Тема 17. Основные проблемы и пути совершенствования ВЭД	ОПК-2.3	Собеседование (устно)
	Промежуточная аттестация	Разделы 1-2	ОПК-2.3	Зачет (собеседование) Зачет - тестирование (компьютерные технологии)

*Форма проведения контрольно-оценочного мероприятия: устно, письменно, компьютерные технологии.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций.

Описание шкал оценивания

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Текущий контроль успеваемости – основной вид систематической проверки знаний, умений, навыков обучающихся. Задача текущего контроля – оперативное и регулярное управление учебной деятельностью обучающихся на основе обратной связи и корректировки. Результаты оценивания учитываются в виде средней оценки при проведении промежуточной аттестации.

Для оценивания результатов обучения используется четырехбалльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и двухбалльная шкала: «зачтено», «не зачтено».

Перечень оценочных средств, используемых для оценивания компетенций, а также краткая характеристика этих средств приведены в таблице.

Текущий контроль

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Контрольная работа (КР)	Средство для проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по разделу дисциплины. Может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся	Типовое задание для выполнения контрольной работы по разделам/темам дисциплины
2	Собеседование	Средство контроля на практическом занятии, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Может быть использовано для оценки знаний обучающихся	Вопросы для собеседования по темам/разделам дисциплины
3	Деловая игра	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи. Может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся	Темы (проблемы), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
4	Дискуссия	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать	Перечень дискуссионных тем

		собственную точку зрения. Может быть использовано для оценки знаний и умений обучающихся	
--	--	---	--

Промежуточная аттестация

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Экзамен	Средство, позволяющее оценить знания, умения, навыков и (или) опыта деятельности обучающегося по дисциплине. Может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся	Перечень теоретических вопросов и практических заданий (образец экзаменационного билета) к экзамену
2	Тест – промежуточная аттестация в форме экзамена	Система автоматизированного контроля освоения компетенций (части компетенций) обучающимся по дисциплине (модулю) с использованием информационно-коммуникационных технологий. Может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся	Фонд тестовых заданий

Критерии и шкалы оценивания компетенций в результате изучения дисциплины при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена. Шкала оценивания уровня освоения компетенций

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенции
«отлично»	Обучающийся правильно ответил на теоретические вопросы. Показал отличные знания в рамках учебного материала. Правильно выполнил практические задания. Показал отличные умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы	Высокий
«хорошо»	Обучающийся с небольшими неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал хорошие знания в рамках учебного материала. С небольшими неточностями выполнил практические задания. Показал хорошие умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов	Базовый
«удовлетворительно»	Обучающийся с существенными неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал удовлетворительные знания в рамках учебного материала. С существенными неточностями выполнил практические задания. Показал удовлетворительные умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Допустил много неточностей при ответе на дополнительные вопросы	Минимальный
«неудовлетворительно»	Обучающийся при ответе на теоретические вопросы и при выполнении практических заданий продемонстрировал недостаточный уровень знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов	Компетенция не сформирована

Тест – промежуточная аттестация в форме экзамена

Критерии оценивания	Шкала оценивания
Обучающийся верно ответил на 90 – 100 % тестовых заданий при	«отлично»

прохождении тестирования	
Обучающийся верно ответил на 80 – 89 % тестовых заданий при прохождении тестирования	«хорошо»
Обучающийся верно ответил на 70 – 79 % тестовых заданий при прохождении тестирования	«удовлетворительно»
Обучающийся верно ответил на 69 % и менее тестовых заданий при прохождении тестирования	«неудовлетворительно»

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Контрольная работа

Шкалы оценивания		Критерии оценивания
«отлично»	«зачтено»	Обучающийся полностью и правильно выполнил задание контрольной работы. Показал отличные знания и умения в рамках усвоенного учебного материала. Контрольная работа оформлена аккуратно и в соответствии с предъявляемыми требованиями
«хорошо»		Обучающийся выполнил задание контрольной работы с небольшими неточностями. Показал хорошие знания и умения в рамках усвоенного учебного материала. Есть недостатки в оформлении контрольной работы
«удовлетворительно»		Обучающийся выполнил задание контрольной работы с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания и умения в рамках усвоенного учебного материала. Качество оформления контрольной работы имеет недостаточный уровень
«неудовлетворительно»	«не зачтено»	Обучающийся не полностью выполнил задания контрольной работы, при этом проявил недостаточный уровень знаний и умений

Собеседование

Шкалы оценивания		Критерии оценивания
«отлично»	«зачтено»	Глубокое и прочное усвоение программного материала. Полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы при видоизменении задания. Обучающийся свободно справляется с поставленными задачами, может обосновать принятые решения, демонстрирует владение разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ
«хорошо»		Знание программного материала, грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, правильное применение теоретических знаний, владение необходимыми навыками при выполнении практических задач
«удовлетворительно»		Обучающийся демонстрирует усвоение основного материала, при ответе допускаются неточности, при ответе недостаточно правильные формулировки, нарушение последовательности в изложении программного материала, затруднения в выполнении практических заданий Слабое знание программного материала, при ответе возникают ошибки, затруднения при выполнении практических работ
«неудовлетворительно»	«не зачтено»	Не было попытки выполнить задание

Деловая игра

Шкалы оценивания		Критерии оценивания
«отлично»	«зачтено»	Обучающимся даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены практические задачи; при ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов; ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности; показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии
«хорошо»		Обучающимся даны полные, достаточно обоснованные ответы

		на поставленные вопросы, правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями руководящих документов, при решении практических задач не всегда использовались рациональные методики расчётов; ответы в основном были краткими, но не всегда четкими
«удовлетворительно»		Обучающимся даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач обучающийся использовал прежний опыт и не применял новые методики выполнения расчётов и экспресс оценки показателей эффективности управления организацией, однако, на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы
«неудовлетворительно»	«не зачтено»	Обучающимся даны в основном не правильные ответы на все поставленные вопросы, при решении практических задач допущены многочисленные ошибки, на уточняющие вопросы даны в основном не правильные ответы

Дискуссия

Шкалы оценивания		Критерии оценивания
«отлично»	«зачтено»	Выбранная обучающимся тема (проблема) актуальна в данном курсе; представлен подробный план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии; временной регламент обсуждения обоснован; даны возможные варианты ответов; использованы примеры из науки и практики
«хорошо»		Выбранная обучающимся тема (проблема) актуальна в данном курсе; представлен сжатый план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии; временной регламент обсуждения обоснован; отсутствуют возможные варианты ответов; приведен один пример из практики
«удовлетворительно»		Выбранная обучающимся тема (проблема) недостаточно актуальна в данном курсе; представлен содержательно краткий план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии; отсутствует временной регламент обсуждения; отсутствуют возможные варианты ответов; отсутствуют примеры из практики
«неудовлетворительно»	«не зачтено»	Выбранная обучающимся тема (проблема) не актуальна для данного курса; частично представлены вопросы для дискуссии; отсутствует временной регламент обсуждения; отсутствуют возможные варианты ответов; отсутствуют примеры из практики

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

3.1 Типовые контрольные задания для выполнения контрольных работ

Контрольные варианты заданий выложены в электронной информационно-образовательной среде ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет.

Ниже приведен образец типовых вариантов заданий для выполнения контрольных работ.

Образец типового варианта контрольной работы

«Тема 5. Ценовая политика в комплексе международного маркетинга»

Предел длительности контроля – 20 минут.

Предлагаемое количество заданий – 1 задание.

1. На практике применяются различные ценовые стратегии. Назовите ценовые стратегии, основные принципиальные их различия, укажите их положительные и отрицательные стороны.

3.2 Типовые контрольные задания для проведения собеседования

Контрольные варианты заданий выложены в электронной информационно-образовательной среде ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет.

Ниже приведен образец типовых вариантов заданий для проведения собеседований.

Образец типового варианта вопросов для проведения собеседования

«Тема 1. Сущность международного маркетинга»

1. Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства.
2. Экономическая и политико-правовая среда международного маркетинга.
3. Культурная среда и ее роль в международном маркетинге.

Образец типового варианта вопросов для проведения собеседования

«Тема 2. Маркетинговые исследования, анализ и выбор зарубежных рынков»

1. Международный рынок и его особенности.
2. Организация изучения международного рынка.
3. Кабинетное изучение международного рынка и полевые исследования.
4. Оценка и выбор зарубежного рынка

Образец типового варианта вопросов для проведения собеседования

«Тема 3. Товарная политика в международном маркетинге»

1. Международные аспекты товарной политики.
2. Основные направления экспортной товарной политики
3. Торговые марки и их роль в товарной политике

Основные направления экспортной товарной политики

Образец типового варианта вопросов для проведения собеседования

«Тема 4. Организация и ведение деловых переговоров с иностранными партнерами»

1. Национальные особенности деловых партнеров
2. Организационная подготовка переговоров с инофирмами.
3. Анализ личностных характеристик деловых партнеров как средство правильного выбора

Образец типового варианта вопросов для проведения собеседования

«Тема 8. Передача технологий как форма выхода на внешний рынок.»

1. Использование лицензирования для выхода на внешний рынок
2. Лицензионное соглашение
3. Международный обмен технологиями

Образец типового варианта вопросов для проведения собеседования

«Тема 9. Реализация маркетинговых стратегий на международном рынке»

1. Виды маркетинговых стратегий
2. Примеры стратегий маркетинга
3. Структура и элементы стратегии

Образец типового варианта вопросов для проведения собеседования

«Тема 10. Совместная деятельность за рубежом»

1. Этапы создания совместного предприятия за рубежом
2. Что необходимо для совместного предприятия за рубежом
3. Структура совместного предприятия

Образец типового варианта вопросов для проведения собеседования

«Тема 11. Современный хозяйственный механизм внешнеэкономической деятельности и организации управления ВЭД на уровне предприятия»

1. Развитие механизмов управления ВЭД предприятия
2. Механизм регулирования ВЭД предприятия
3. Подсистемы и элементы организационно-экономического механизма внешнеэкономической деятельности предприятия.

Образец типового варианта вопросов для проведения собеседования
«Тема 12. Государственное управление и регулирование внешнеэкономической деятельности в РФ»

1. Общие принципы регулирования внешнеэкономической деятельности
2. Тарифные методы регулирования внешнеэкономической деятельности
3. Нетарифные методы регулирования внешнеэкономической деятельности

Образец типового варианта вопросов для проведения собеседования
«Тема 13. Организация ВЭД на уровне предприятия»

1. С чего начинается организация ВЭД на предприятии
2. Выбор товара и переговоры с поставщиком
3. Управление ВЭД на предприятии

Образец типового варианта вопросов для проведения собеседования
«Тема 14. Порядок экономического обоснования отдельных форм ВЭД»

1. Оценка ВЭД предприятия
2. Методы оценки ВЭД
3. ВЭД предприятия в условиях экономического кризиса

Образец типового варианта вопросов для проведения собеседования
«Тема 16. Структура и содержание внешнеэкономического контракта»

1. Структура внешнеэкономического контракта
2. Содержание внешнеэкономического контракта
3. Типичные ошибки при составлении внешнеэкономического контракта

Образец типового варианта вопросов для проведения собеседования
«Тема 17. Основные проблемы и пути совершенствования ВЭД»

1. Основные проблемы ВЭД
2. Пути совершенствования ВЭД
3. Совершенствование функционирования предприятия-участника ВЭД

3.3 Типовые контрольные задания для проведения деловой игры

Контрольные варианты заданий выложены в электронной информационно-образовательной среде ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет.

Ниже приведен образец типовых вариантов заданий для проведения деловых игр.

Образец типового варианта деловой игры
«Тема 7. Коммуникационная политика фирм на зарубежных рынках»
Деловая игра «Реклама»

Цель и последовательность проведения игры

Деловая игра предназначена для развития у обучающихся умения анализировать сложившуюся на товарном рынке ситуацию, правильно выбирать цели своих действий и принимать решения для достижения этой цели. При анализе действий участников игры преподаватель может оценить понимания обучающимися значение рекламной компании для увеличения спроса товаров, действенности отдельных средств рекламы. В ходе моделирования процесса поведения рекламной компании преподаватель может дать оценку личных деловых качеств участников деловой игры.

Деловая игра проводится в течении четырех академических часов. На первом этапе решаются организационные проблемы, и участники игры знакомятся с описанием ситуации на французском рынке тракторов. На втором этапе вырабатывается план рекламной компании. На третьем этапе моделируется процесс проведения рекламной компании. На четвертом этапе реализуются принятые решения, участники игры в своих выступлениях дают обоснование выбранному ими плану, а затем преподаватель оценивает действия участников игры, разбирает допущенные ошибки.

Исходные данные

Во Франции насчитывается 1,5 млн. сельскохозяйственных предприятий средней площадью в 20 га. Хозяйства от 50 га и более составляют лишь 7% от этого числа, хотя их количество быстро растет вследствие активной концентрации производства, являющейся причиной роста механизации.

Механизацией охвачены 100% хозяйств от 50 га и более, почти столько же хозяйств от 20 до 50 га и немногим более половины хозяйств – от 1 до 20 га.

Французский парк тракторов оценивается в 1,25 млн. штук, он занимает четвертое место в мире. Однако этот парк растет в настоящее время очень медленно, так как на рынке практически происходит лишь процесс обновления. Средний возраст парка тракторов – 9 лет.

В течение нескольких последних лет годовая продажа новых тракторов колеблется от 70 до 80 тысяч штук. Благодаря тому, что 45% из них являются экспортными. Франция является одним из крупнейших мировых рынков сбыта сельскохозяйственной техники. Среди экспортных машин имеются российские, чешские, польские и румынские.

В настоящее время средняя мощность тракторов, продаваемых во Франции, составляет 55 л.с. при средней цене 25 тысяч Евро. Основная масса продажи состоит из тракторов мощностью от 45 до 68 л.с., эксплуатируемых хозяйствами с площадью от 20 до 100 га.

В коммерческом плане продажей тракторов могут заниматься лишь мощные фирмы международного масштаба, так как выбор предлагаемых тракторов весьма широк и необходимо приспособляться к тенденциям развития рынка и сбыту машин, соответствующих разнообразным видам почв, культур и характеру хозяйств. Кроме того фирмы должны обеспечивать сложную сеть складов, магазинов, пунктов гарантийного ремонта и обслуживания. Вплоть до самых отдаленных уголков страны. Эта задача усложняется тем, что крупнейшие фирмы борются за местных агентов по распределению своей продукции. Принимая во внимание высокий процент продажи подержанных тракторов, необходимо иметь возможность обеспечивать в широких пределах прием подержанных машин в счет выплаты за новые, а также продажу в кредит.

Описание игровой ситуации

Рассматривается деятельность фирмы, торгующей тракторами средней мощности во Франции. Каждый трактор оборудован комплектом сменного специализированного оборудования.

Деятельность фирмы оценивается по количеству проданных тракторов. За последние два года наметилась общая тенденция к уменьшению продаж. Руководство фирмы считает, что одной из причин этого явления – неудовлетворительная реклама тракторов.

Руководство фирмы выделяет на проведение рекламной компании 100 тысяч Евро в год, которые должны расходоваться на рекламу тракторов в прессе, по радио, на телевидении, выставках, на выпуск различных печатных рекламных материалах.

Руководитель рекламной компании фирмы на каждый текущий квартал выделяет определенную сумму денег и распределяет ее в процентах между средствами рекламы (телевидение, печать, выставки). При этом выставки могут организовываться как в больших международных салонах, так и на мелких фермах и плантациях.

Одновременно руководитель рекламной компании фирмы определяет, какой процент от выделенной суммы в течении текущего квартала будет израсходован на рекламу всеми

средствами в Париже, в городах с населением от 100 до 500 тысяч жителей, в городах от 17 до 100 тысяч, включая отдельные фермы и плантации.

Величина продаж тракторов в текущем квартале зависит как от величины суммы, выделенной на рекламу, так и от правильного распределения выделенных ассигнований как посредствам рекламы, так и по региону охвата рекламой. Увеличение затрат на рекламу приводит к увеличению спроса на рекламируемую продукцию, но зависимость здесь не линейна. С определенного момента дальнейшее увеличение затрат на рекламу перестает увеличивать спрос. Наступает насыщение рынка рекламой, однако произведенные в данном квартале затраты на рекламу продолжают влиять на спрос и в следующем квартале, но в меньшей степени, а через квартал их влияние на спрос прекращается.

Прежний руководитель рекламной фирмы распределял выделенную сумму 100 тысяч Евро равномерно по кварталам, по средствам, по районам рекламы. Результаты этой стратегии приведены в таблице

Таблица1 Количество продаж тракторов

Квартал	Позапрошлый год	Прошлый год
I	226	200
II	100	100
III	50	50
IV	226	200
Всего за год	602	550

Каждый участник деловой игры (команда) самостоятельно разрабатывает свою рекламную компанию на протяжении двух лет. Он должен принимать на каждый квартал необходимые решения и сообщать их преподавателю, ведущему деловую игру. В ответ он получает сведения о том, сколько тракторов фирмы было продано в текущем квартале при выделенных ассигнованиях на рекламу с учетом предложенного распределения их по средствам и регионам рекламы. Если результаты продаж очередного квартала будут превосходить результаты продаж этого квартала в прошлом году, то руководство фирмы в виде поощрения выделяет рекламной компании дополнительные ассигнования, которые могут быть использованы в период следующих кварталов.

Действия участников деловой игры

Каждый участник (команда) анализирует результаты рекламной компании за последние два года и только после этого разрабатывает план новой компании на предлагаемый период.

Исходя из выделенных на рекламную компанию ассигнований на год, участник игры должен запланировать их использование на каждый квартал и указать плановое распределение выделенной суммы, как по средствам рекламы, так и по регионам. Разработанный план рекламной компании лидер команды должен защищать по окончании деловой игры в 5-7 минутном выступлении, объяснив причины выбора той или иной стратегии.

На этапе реализации плана участники игры форму таблицы 2 для фиксации своих действий, которая заполняется строка за строкой. Каждый квартал соответствует одной строке (граф1). В графу 2 заносится сумма, выделенная на рекламные цели на данный квартал.

В следующих трех графах записываются данные о распределении этой суммы по средствам рекламы. В графе 3 записывается, какой процент от выделенной на данный квартал суммы будет израсходован на рекламу по телевидению; в графе 4 указывается, какой процент от выделенной суммы будет использован для рекламы в периодической печати. В графе 5 записывается, какой процент от выделенной в данном квартале суммы будет израсходован на демонстрацию российских тракторов в действии и т. д. Сумма данных по строке в графах 3, 4, 5 должна равняться 100%.

В следующих четырех графах записывается распределение всей суммы, выделенной на рекламу в данном квартале, по регионам. В графу 6 записывается, какой процент от выделенной суммы в данном квартале на рекламу будет израсходован в Париже; в графу 7 записываются данные для городов с населением от 100 до 500 тыс. жителей; в графу 8 записываются данные для городов с населением от 10 до 100 тысяч жителей; в графу 9 записываются данные, какой процент от выделенной в данном квартале на рекламу суммы будет израсходовано на фермах и в небольших городах с населением до 10 тысяч жителей. Сумма данных по строке в графах 6, 7, 8, 9 должна равняться 100%.

Заполнив очередную строку, лидер команды подходит к преподавателю и сообщает ему принятое командой решение на очередной квартал. Это решение может совпадать с заранее запланированным решением или в него могут быть внесены изменения на основании анализа результатов предшествующих кварталов. Через 3-5 минут преподаватель сообщает группе, какой спрос был на рекламируемый ими товар в данном квартале. Эту величину в штуках тракторов участник игры записывает в графу 10. В графе 11 нарастающим итогом подсчитывают количество продаж тракторов, а в графе 12 – общую сумму произведенных затрат.

Таблица 2. № команды (список участников)

№ квартала	Сумма на рекламу, тыс.руб.	Сумма на рекламу по телевидению, %	Сумма на рекламу в период печати, %	Сумма на участие в выставках, %	Сумма на рекламу в Париже, %	Сумма на рекламу в г. с населением 500 тыс. жит., %	Сумма на рекламу в г. с населением 100 тыс. жит., %	Сумма на рекламу в г. с населением 10 тыс. жит., %	Спрос текущий на рынке, шт.	Текущее количество продаж, шт.	Общие затраты, Тыс.руб.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1											
2											
3											
4											
6											
7											
8											

По окончании игры заполненные формы (таблица 2) используются спикером в его выступлении и затем сдаются преподавателю. На каждой форме должны быть указаны номер команды и фамилии ее участников.

После выступления лидеров всех команд и дискуссии, которая сопровождает игру, преподаватель подводит итоги, объявляет результаты компании, отмечает слабые и сильные стороны ее организации.

3.4 Типовые контрольные задания для проведения дискуссии

Контрольные варианты заданий выложены в электронной информационно-образовательной среде ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет.

Ниже приведен образец типовых вариантов заданий для проведения дискуссии.

Образец вопросов для проведения дискуссии

«Тема 15. Организация и техника внешнеэкономических операций»

1. Какие правовые основы общения с иностранными партнерами известны?
2. Обозначьте основные этапы переговоров с иностранными партнерами.
3. Какая тактика ведения переговоров с иностранными партнерами?
4. Основные формы и особенности делового общения с зарубежными партнерами.

3.5 Типовые контрольные задания для проведения тестирования

Фонд тестовых заданий по дисциплине содержит тестовые задания, распределенные по разделам и темам, с указанием их количества и типа.

Структура фонда тестовых заданий по дисциплине

Индикатор достижения компетенции	Тема в соответствии с РПД	Характеристика ТЗ	Количество тестовых заданий, типы ТЗ
ОПК-2.3	Тема 1. Сущность международного маркетинга	Знание	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Умение	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
ОПК-2.3	Тема 2. Маркетинговые исследования, анализ и выбор зарубежных рынков	Знание	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Умение	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
ОПК-2.3	Тема 3. Товарная политика в международном маркетинге	Знание	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Умение	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
ОПК-2.3	Тема 4. Организация и ведение деловых переговоров с иностранными партнерами	Знание	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Умение	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
ОПК-2.3	Тема 5. Ценовая политика в комплексе международного маркетинга	Знание	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Умение	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
ОПК-2.3	Тема 6. Каналы распределения	Знание	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Умение	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
ОПК-2.3	Тема 7. Коммуникационная политика фирм на зарубежных рынках	Знание	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Умение	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
ОПК-2.3	Тема 8. Передача технологий как форма выхода на внешний рынок.	Знание	1 – ОТЗ 1 – ЗТЗ
		Умение	1 – ОТЗ

		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – 3ТЗ
ОПК-2.3	Тема 9. Реализация маркетинговых стратегий на международном рынке	Знание	1 – ОТЗ 1 – 3ТЗ
		Умение	1 – ОТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – 3ТЗ
ОПК-2.3	Тема 10. Совместная деятельность за рубежом	Знание	1 – ОТЗ 1 – 3ТЗ
		Умение	1 – ОТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – 3ТЗ
ОПК-2.3	Тема 11. Современный хозяйственный механизм внешнеэкономической деятельности и организации управления ВЭД на уровне предприятия	Знание	1 – ОТЗ 1 – 3ТЗ
		Умение	1 – 3ТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – ОТЗ
ОПК-2.3	Тема 12. Государственное управление и регулирование внешнеэкономической деятельности в РФ	Знание	1 – ОТЗ 1 – 3ТЗ
		Умение	1 – 3ТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – ОТЗ
ОПК-2.3	Тема 13. Организация ВЭД на уровне предприятия	Знание	1 – ОТЗ 1 – 3ТЗ
		Умение	1 – 3ТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – ОТЗ
ОПК-2.3	Тема 14. Порядок экономического обоснования отдельных форм ВЭД	Знание	1 – ОТЗ 1 – 3ТЗ
		Умение	1 – 3ТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – ОТЗ
ОПК-2.3	Тема 15. Организация и техника внешнеэкономических операций	Знание	1 – ОТЗ 1 – 3ТЗ
		Умение	1 – 3ТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – ОТЗ
ОПК-2.3	Тема 16. Структура и содержание внешнеэкономического контракта	Знание	1 – ОТЗ 1 – 3ТЗ
		Умение	1 – 3ТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – ОТЗ
ОПК-2.3	Тема 17. Основные проблемы и пути совершенствования ВЭД	Знание	1 – ОТЗ 1 – 3ТЗ
		Умение	1 – ОТЗ
		Навык и (или) опыт деятельности/ действие	1 – 3ТЗ
		Итого	82 – ОТЗ 82 – 3ТЗ

Полный комплект ФТЗ хранится в электронной информационно-образовательной среде ИрГУПС и обучающийся имеет возможность ознакомиться с демонстрационным вариантом ФТЗ.

Ниже приведен образец типового варианта итогового теста, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

1. Комплексная система различных форм международного сотрудничества государств и их субъектов во всех отраслях экономики – это:
а) ВЭС б) ВЭК в) ВЭД
2. Закон _____ - государству выгоднее специализироваться на производстве тех товаров, издержки при производстве которых минимальны и завозить те товары, издержки при производстве которых выше, чем при импорте
Ответ: минимальных издержек
3. Определить соответствие определений терминам «свободная экономическая зона» и «офшорная зона»
1) СЭЗ 2) офшорная зона
а) ограниченная территория с особым юридическим статусом по отношению к остальной территории государства
б) территория государства или её часть, в пределах которой для компаний-нерезидентов действует _____ особый _____ льготный _____ режим регистрации, лицензирования и налогообложения, как правило, при условии, что их предпринимательская деятельность осуществляется вне пределов этого государства
Ответ: 1=А, 2=Б
4. Стратегия защиты внутреннего рынка от иностранной конкуренции. О какой стратегии развития ВЭД идет речь?
Ответ: стратегия протекционизма
5. _____ барьер – это проверка соответствия импортной продукции требованиям международных и национальных стандартов, отраслевых норм и технических предписаний
Ответ: технический
6. Определить соответствие видов квот и их характеристик
1) глобальная
2) индивидуальная
3) тарифная
а) устанавливается для каждой страны, откуда импортируется или куда экспортируется товар
б) устанавливается для определенного объема товаров, при превышении этого объема экспорт/импорт может быть не выгодным
в) устанавливается общее количество импорта/экспорта какого-либо товара
Ответ: 1=В, 2=А, 3=Б
7. Документ, удостоверяющий право собственности лица на какое-либо изобретение или открытие – это _____

Ответ: патент

8. _____ инвестиции – это инвестиции, дающие право контроля над объектом вложения, если имеется контрольный пакет акций

Ответ: прямые

9. Технология, как и любой товар, имеет свою цену, существует два вида платежа (определить соответствие)

1) роялти 2) паушальный платеж

а) периодические платежи за использование лицензии

б) единовременный платеж

Ответ: 1=А, 2=Б

10. При ведении переговоров, обязательно необходимо учитывать невербальные символы. Что к ним относится?

а) устная речь б) жесты в) мимика

Ответ: Б,В

11. _____ - это физическое или юридическое лицо, которое выступает одной из сторон сделки

Ответ: контрагент

12. Определить соответствие групп биржевых товаров и аукционных

1) биржевые 2) аукционные

а) зерно б) меха в) табак г) кофе

Ответ: 1=А,Г; 2=Б,В

13. Свод правил, используемый для увеличения эффективности и приведения к стандартам условий, направленных на заключение договоров поставок, которые необходимы при оформлении документов на международном уровне – это _____

Ответ: Инкотермс

14. _____ контракта – совокупность условий, определяющих тип, характер сделки (купля, продажа, аренда, подряд и т.д.)

Ответ: предмет

15. Расположите базисные условия поставок в порядке увеличения обязательств продавца

а) CIF б) СРТ в) EXW г) DDP

Ответ: В, А,Б,Г

16. Ода из самых широко применяемых мер нетарифного регулирования, которая представляет собой количественное ограничение экспортируемой или импортируемой продукции – это _____

Ответ: квотирование

17. Сторона в международных экономических отношениях, поставляющая товары, услуги, труд, капитал, другие предметы международной торговли другой стороне (импортёру), которая использует их для производства других товаров, услуг или потребляет – это:

а) **экспортер** б) импортер в) посредник

18. Скидка «сконто» предоставляется:

- а) при покупке через интернет-магазин
- б) при оплате за наличные
- в) при оплате через мобильный банк

3.6 Перечень теоретических вопросов к экзамену (для оценки знаний)

1. Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства.
2. Экономическая и политико-правовая среда международного маркетинга.
3. Культурная среда и ее роль в международном маркетинге.
4. Особенности проведения маркетинговых исследований при переходе на зарубежные рынки.
5. Оценка и выбор зарубежного рынка.
6. Конкурентоспособность предприятия (оценка возможностей предприятия на международных рынках).
7. Способы выхода на зарубежные рынки.
8. Инвестиционный климат как фактор развития совместного предпринимательства.
9. Особенности и этапы создания предприятий с зарубежными партнерами.
10. Организация и управление деятельностью предприятия в сфере международного маркетинга.
11. Коммерческие операции во внешнеэкономической деятельности предприятий и их оформление.
12. Организация распределения товара и зарубежных торговых сетей (маркетинговая логистика).
13. Продвижение товара на международный рынок.
14. Международные аспекты товарной политики.
15. Международный рынок и его особенности.
16. Комплекс и среда международного маркетинга.
17. Кабинетное изучение международного рынка и полевые исследования.
18. Организация изучения международного рынка.
19. Сегментирование международного рынка.
20. Позиционирование на международных рынках.
21. Оценка привлекательности и выбор международных рынков.
22. Маркетинговые возможности зарубежных рынков.
23. Экспортный товар и его характеристики.
24. Конкурентоспособность экспортного товара.
25. Основные направления экспортной товарной политики.
26. Торговые марки и их роль в товарной политике.
27. Роль упаковки и этикеток в экспортной продукции.
28. Ценовая политика фирмы. Виды цен, используемых фирмами на внешних рынках.
29. Каналы распределения в зарубежных странах.
30. Стимулирование сбыта на зарубежных рынках.
31. Решение об инвестировании за рубеж.
32. Оценка социально-экономической эффективности проектов совершенствования системы и технологии управления персоналом.
33. Основные факторы развития внешнеэкономических связей.
34. Общие принципы регулирования внешнеэкономической деятельности.
35. Нетарифные методы регулирования внешнеэкономической деятельности.
36. Проблемы торговли зарубежного партнера с Россией.
37. Проблемы торговли российского партнера с зарубежным.
38. Формы организации внешнеэкономической службы на уровне фирмы.
39. Работа фирмы по выходу на внешний рынок.
40. Информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности.
41. Выбор иностранного партнера.
42. Правовые аспекты договора международной купли-продажи товаров.

43. Контракт купли-продажи, его содержание, подготовка и исполнение.
44. Арендные, подрядные и лицензионные сделки.
45. Способы торговли сырьевой продукцией.
46. Организация торговли готовой продукцией.
47. Торговля результатами интеллектуальной деятельности и услугами.
48. Таможенно-тарифное регулирование.
49. Методы содействия экспортерам.
50. Нетарифные ограничения внешнеторговых операций
51. Определение таможенной стоимости ввозимых товаров.
52. Определение таможенной стоимости вывозимых товаров.
53. Понятие внешнеторгового посредника, выбор посредника.
54. Виды международных торговых посредников. Договоры с внешнеторговыми посредниками.
55. Международный рынок услуг и условия его формирования.
56. Экспорт и импорт предпринимательского капитала как форма внешнеэкономических связей.
57. Международная промышленная (производственная) кооперация.
58. Совместное предпринимательство (условия работы, структура, предпринимательская деятельность).
59. Свободные экономические зоны.
60. Международные перевозки, их виды и транспортная документация.
61. Цели создания и управления предприятий с иностранными инвестициями.
62. Выбор каналов сбыта и контрагента.
63. Подготовка коммерческих предложений и запросов.
64. Прямые производственные и научно-производственные связи, их эффективность.
65. Организационная подготовка переговоров с инофирмами.
66. Анализ личностных характеристик деловых партнеров как средство правильного выбора
67. Национальные особенности деловых партнеров.
68. Конкурентная борьба на международном рынке, ценовая стратегия.
69. Организация и ведение деловых переговоров с иностранными партнерами.
70. Структура и содержание внешнеэкономического контракта.

3.7 Перечень типовых простых практических заданий к экзамену (для оценки умений)

1. Оценить, в каких отраслях экономики действуют ТНК, для каких характерны более высокие, а для каких – более низкие значения индекса транснациональности.
2. Привести примеры, когда неизвестные ранее компании, придя на соответствующие рынки товаров или услуг с новой продукцией, добились больших успехов, существенно потеснив своих конкурентов.
3. Привести примеры, когда известные компании, успешно действовавшие на рынке в течение длительного времени, проигрывали в конкурентной борьбе и утрачивали свои позиции.
4. На примере одной из известных компаний, вовлеченных в международную маркетинговую деятельность определить на какой стадии вовлечения она находится и какие решения она принимает.
5. На примере одной из известных компаний, вовлеченных в международную маркетинговую деятельность, определить какой концепции международного маркетинга она руководствуется, какие решения принимает. Какие факторы определили выбор данной концепции международного маркетинга?
6. «Международный маркетинг начинается до производства и заканчивается после него». Обсудите данное утверждение.

7. Компания при выходе на внешний рынок решила использовать стратегию диверсификации своей продукции. Объясните основные позиции этой стратегии и действия компании по ее реализации.
8. Особенности маркетинговой деятельности фирмы на рынке (иностранная фирма и рынок или отечественная фирма и иностранный рынок по выбору)
9. Экономическая (финансовая) маркетинговая среда (зарубежной страны по выбору)
10. Анализ рынка (мирового или странового). (Товар и страна по выбору)
11. Правовая маркетинговая среда (зарубежная страна по выбору)
12. Социальная маркетинговая среда (зарубежная страна по выбору)
13. Культурная маркетинговая среда (зарубежная страна по выбору)
14. Сегментация рынка (товар и страна по выбору)
15. Стратегия проникновения на зарубежный рынок (рынок по выбору)
16. Обзор мирового рынка (товар по выбору)

3.8 Перечень типовых практических заданий к экзамену

(для оценки навыков и (или) опыта деятельности)

1. Выберите для изучения одну из крупных компаний (ТНК), найдите ее адрес в сети Интернет, Воспользуйтесь для этого известными вам поисковыми сайтами, либо списком Fortune-500 на сайте <http://www.rortune.com>.
2. Изучите информацию о выбранной фирме. Используя информацию сайта, проведите исследование международной маркетинговой деятельности фирмы. Составьте отчет по проведенному исследованию (документ Word), включающий:
 - концепцию международного маркетинга;
 - целевой рынок;
 - основные способы (методы) международных маркетинговых исследований;
 - характеристику международной товарной политики;
 - основные методы, географию, стратегии сбыта в разных странах;
 - политику ценообразования;
 - методы продвижения товаров (услуг) на зарубежные рынки.
3. Почему ценности молодежного рынка становятся более сходными во всемирном масштабе? Занимает ли Coca-Cola удобную позицию для того, чтобы воспользоваться глобальным молодежным рынком? Дайте обоснование своему ответу.
4. Почему компания McDonald's решила открыть рестораны в России? С какими проблемами, специфическими для российского рынка, она столкнулась?
5. Приобретается товар: микроавтобус Ford Transit 350 LWB, длинная база, версия Base, турбодизель 2,4 л 140 л.с. М6, вместимостью 14 мест. Цена завода-изготовителя 26 415 евро. Условия поставки — EXW-Кельн (Германия). Предполагается получение микроавтобуса на складе в Кельне и транспортировка своим ходом в Российскую Федерацию, место назначения Сыктывкар. Требуется определить таможенную стоимость товара, если известно, что расстояние от Кельна до российской территории (по автотрассе) составляет 2 044 км, от границы до Сыктывкара — 1 850 км. Расход топлива автобуса на трассе составляет 14 л/100 км. Для получения автобуса предполагается заключить договор с транспортной организацией (расходы по договору составят 850 евро).
6. Предприятие периодически закупает импортные LCD-телевизоры, произведенные в Сингапуре. Наибольшим спросом пользуются модели с экраном 17 дюймов. Определить таможенную стоимость партии товаров из 100 телевизоров, если известно только одно из следующих условий, либо известны они все вместе: а) цена товара на внутреннем рынке на такие модели составляет в настоящее время 8 900 руб. (имеется документальное подтверждение), уровень торговой наценки при реализации электроники составляет 20 %; стоимость доставки от таможенной границы в пункт назначения составляет 35 000 руб.; б) стоимость телевизора по сделке составляет 161 доллар США на условиях EXW, стоимость доставки до таможенной территории Российской Федерации составляет 4 200 долларов

США; в) месяц назад предприятие заключало аналогичный договор на поставку 17-дюймовых LCD-телевизоров на условиях поставки до границы (DAF) с другой сингапурской фирмой, стоимость телевизоров по договору составляла 162 евро.

7. Таможенная стоимость товара (партия 320 бутылок емкостью 0,75 л крымского вина «Старый нектар» с содержанием алкоголя 16 %) составляет 77 120 руб. Определить сумму таможенных платежей.

8. Необходимо сравнить оферты на поставку товара (например, современного компьютера), полученные от двух разных поставщиков. Первый поставщик предлагает поставку товара на условиях EXW (с завода), тогда как второй — на условиях DDP. Цена первого поставщика составляет 1 058 евро, цена второго поставщика — 1 544 евро; расходы на доставку товара на станцию и погрузку его в железнодорожный контейнер составляют 19 евро, транспортировка до границы — 83 евро, ставка таможенной пошлины на товар — 10 % от стоимости, к товару применяется режим наибольшего благоприятствования, НДС взимается по действующей ставке. Стоимость доставки товара с границы на склад покупателя составляет 57 евро.

9. Предоставлена рассрочка уплаты таможенных платежей (вывозная таможенная пошлина) в сумме 425 300 руб. под гарантийное обязательство банка «ВТБ-24» сроком 28 дн. Рассчитать итоговую сумму платежей, подлежащих уплате, если проценты, подлежащие уплате, определены в размере 15 % на день принятия грузовой таможенной декларации.

10. В соответствии с договором (базисные условия поставки DAF-S) продавец (экспортер) доставил товар железнодорожным транспортом в согласованный пункт S на границе страны покупателя. Товар прошел таможенную очистку для вывоза (за счет продавца), продавец оплатил все расходы по доставке товара до границы страны покупателя (кроме оплаты налогов и сборов, взимаемых при ввозе в страну), передал покупателю все необходимые документы. Указать:

- Можно ли считать, что продавец выполнил контрактные условия?
- Что такое Инкотермс и какова его роль в международной сделке купли-продажи товаров?
- За чей счет осуществляется таможенная очистка при ввозе товара в страну покупателя (базисные условия поставки — группа D)?
- Какая группа базисных условий поставки предусматривает обязанности продавца нести все расходы и риски, которые могут возникнуть при доставке товара до границы страны назначения?

11. Продавец в соответствии с условиями контракта (базисные условия FCA-L) выполнил таможенную очистку товара, передал его перевозчику в условленном пункте L, а также документы (коммерческий счет-инвойс, общепринятые документы, подтверждающие передачу товара перевозчику, экспортную лицензию и иные документы, необходимые для вывоза товара через третью страну и для выполнения таможенных формальностей ввоза). Укажите, с какого момента переходит с продавца на покупателя риск возможной гибели или повреждения товара в процессе транспортировки (при заданных базисных условиях).

12. Продавец в соответствии с условиями контракта (базисные условия CIP-R) оплатил фрахт за основную перевозку товара до согласованного места назначения, выполнил таможенные формальности, необходимые для вывоза 27 товара до пункта R, передал необходимые документы покупателю (коммерческий счет-инвойс, транспортный документ). Укажите, за чей счет осуществляется страхование товара до пункта R?

13. Цена товара с завода-поставщика на условиях EXW-F составляет 4 280 евро. Перевозка к железнодорожной станции V из пункта A обойдется в 89 евро. Экспедиторские расходы при этом составят 38 евро. Стоимость погрузки в железнодорожный вагон составляет 17 евро. Рассчитайте затраты для продавца при реализации товара, если базисные условия поставки — FCA-V.

14. Отечественное предприятие, расположенное в Сыктывкаре, реализует в Германию ягоды (клюкву, бруснику) и сушеные белые грибы. Ввозная таможенная пошлина на эти товары в Германии составляет 10 % от стоимости. Таможенные сборы составляют 0,2 %, другие налоги и сборы не взимаются. Определите цену, которую следует установить для каждого из

базисных условий поставок (которые можно рассчитать исходя из имеющихся данных), если стоимость ягод составляет 60 руб./кг, стоимость грибов свежих — 150 руб./кг (при усушке грибы теряют 85 % своей массы). Доставка товара в пункт назначения обходится 50 руб./кг, доставка до границы с ЕС обходится 14 руб.

15. Первоначальный текст договора о поставке товара из Франции в Россию предполагал базисные условия поставки EXW. После того как российская сторона попросила французское предприятие помочь с поиском перевозчиков (внутри Франции и международного перевозчика, который доставит товар на таможенную территорию Российской Федерации), после чего базисные условия поставки были изменены на наиболее подходящие. Определите, какими стали базисные условия поставки (объясните свой выбор).

16. В соответствии с контрактом (базисные условия СРТ-Z) продавец оплатил фрахт для перевозки товара до согласованного места назначения (Z), а также выполнил таможенные формальности, необходимые для вывоза товара. Определите, с какого момента риск утраты, повреждения товара, а также любые дополнительные расходы, возникающие после передачи товара перевозчику, переходят с продавца на покупателя? Как распределяются обязательства между продавцом и покупателем при поставках товара на условиях Инкотермс в группе С?

17. Продавец в соответствии с условиями контракта (базисные условия DDU-Сыктывкар) подготовил товар, погрузил его в самолет, следующий прямым беспосадочным рейсом до пункта назначения, и оплатил все связанные с этим расходы. Самолет вылетел, однако приземлился в Москве, поскольку в Сыктывкаре была нелетная погода. Груз был снят с рейса и размещен на таможенный склад. Каким образом будет осуществляться в дальнейшем транспортировка груза в пункт назначения и кто ее будет оплачивать? Где должно быть проведено таможенное оформление груза? За чей счет будут произведены расходы, связанные с выполнением таможенных формальностей, при ввозе товара в РФ? Для каких видов перевозок может быть использован термин DDU? Как распределяются обязательства между продавцом и покупателем при поставках товара на условиях Инкотермс в группе D? Какая группа базисных условий характеризует максимальные обязательства и ответственность продавца?

18. В соответствии с контрактными условиями DAF-S продавец произвел следующие действия:

- провел таможенную очистку товара для вывоза;
- доставил товар и передал его покупателю в условленном пункте S на границе страны покупателя;
- передал покупателю коммерческий счет-инвойс, сквозной транспортный документ, иные документы, необходимые для вывоза или транзита товара через третью страну и для выполнения таможенных формальностей ввоза.

Можно ли считать, что продавец выполнил свои обязательства по поставке товара?

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

В таблице приведены описания процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий и процедур оценивания результатов обучения с помощью оценочных средств в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Контрольная работа	Преподаватель на установочном занятии доводит до обучающихся: темы, количество заданий в контрольной работе. Контрольная работа должна быть выполнена в установленный срок и в соответствии с правилами оформления (текстовой и графической частей), сформулированными в Положении «Требования к оформлению текстовой и графической документации. Нормоконтроль» в последней редакции. Выполненная контрольная работа передается для проверки преподавателю в установленные сроки. Если контрольная работа выполнена не в соответствии с указаниями или не в полном объеме, она возвращается на доработку
Собеседование	Собеседование, предусмотренное рабочей программой дисциплины, проводится на практическом занятии. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения контроля, доводит до обучающихся тему, вопросы для подготовки к собеседованию. Результаты собеседования преподаватель доводит до обучающихся сразу после завершения собеседования
Деловая игра	Преподаватель заранее в случае необходимости или во время занятия объявляет тему деловой игры, основную концепции, роли и ожидаемый результат. Обучающиеся самостоятельно распределяют роли, делятся на группы/подгруппы по желанию. Итоги игры оформляются в письменном виде, проверяются преподавателем и возвращаются обучающимся, обсуждаются совместно преподавателем и обучающимися
Дискуссия	Дискуссии проводятся во время практических занятий. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения дискуссии, доводит до обучающихся тему дискуссии, количество заданий

Для организации и проведения промежуточной аттестации составляются типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Перечень теоретических вопросов и типовые практические задания разного уровня сложности для проведения промежуточной аттестации обучающиеся получают в начале семестра через электронную информационно-образовательную среду ИрГУПС (личный кабинет обучающегося).

Описание процедур проведения промежуточной аттестации в форме экзамена и оценивания результатов обучения

Промежуточная аттестация в форме экзамена проводится путем устного собеседования по билетам или в форме компьютерного тестирования.

При проведении промежуточной аттестации в форме собеседования билеты составляются таким образом, чтобы каждый из них включал в себя теоретические вопросы и практические задания.

Билет содержит: два теоретических вопроса для оценки знаний. Теоретические вопросы выбираются из перечня вопросов к экзамену; два практических задания: одно из них для оценки умений (выбирается из перечня типовых простых практических заданий к экзамену); другое практическое задание для оценки навыков и (или) опыта деятельности (выбираются из перечня типовых практических заданий к экзамену).


Распределение теоретических вопросов и практических заданий по экзаменационным билетам находится в закрытом для обучающихся доступе. Разработанный комплект билетов (25-30 билетов) не выставляется в электронную информационно-образовательную среду ИрГУПС, а хранится на кафедре-разработчике фондов оценочных средств.

На экзамене обучающийся берет билет, для подготовки ответа на экзаменационный билет обучающемуся отводится время в пределах 45 минут. В процессе ответа обучающегося на вопросы и задания билета, преподаватель может задавать дополнительные вопросы.

Каждый вопрос/задание билета оценивается по четырехбалльной системе, а далее вычисляется среднее арифметическое оценок, полученных за каждый вопрос/задание. Среднее арифметическое оценок округляется до целого по правилам округления

При проведении промежуточной аттестации в форме компьютерного тестирования вариант тестового задания формируется из фонда тестовых заданий по дисциплине случайным образом, но с условием: 50 % заданий должны быть заданиями открытого типа и 50 % заданий – закрытого типа.

Образец экзаменационного билета

 <p>ИрГУПС 20__-20__ учебный год</p>	<p>Экзаменационный билет № 1 по дисциплине «<u>Международный маркетинг и внешнеэкономическая деятельность</u>»</p>	<p>Утверждаю: Заведующий кафедрой « _____ » ИрГУПС _____</p>
<p>1 Оценка и выбор зарубежного рынка 2. На примере одной из известных компаний, вовлеченных в международную маркетинговую деятельность определить на какой стадии вовлечения она находится и какие решения она принимает. 3. Таможенная стоимость товара (партия 320 бутылок емкостью 0,75 л крымского вина «Старый нектар» с содержанием алкоголя 16 %) составляет 77 120 руб. Определить сумму таможенных платежей</p>		