

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт управления и государственной службы
Кафедра маркетинга



Харьковский Р.Г.

2025 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Международный маркетинг»
38.03.02 Менеджмент
«Маркетинг»

Разработчик:

доцент Герцик Герцик В.А.
(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры маркетинга
от 28 января 2025 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой Максимова Т.С.
(подпись)

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Международный маркетинг»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ.

Международный маркетинг – это:

- А) экономическая деятельность субъектов на внешнем рынке
- Б) ориентация на зарубежного потребителя
- В) комплекс мероприятий по осуществлению внешнеэкономической деятельности
- Г) рассмотрение мира как своего потенциального рынка

Правильный ответ: В.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

2. Выберите один правильный ответ.

Субъекты международного маркетинга:

- А) фирмы, являющиеся частью компании, работающей за рубежом фирмы, осуществляющие международную деятельность
- Б) транснациональные компании
- В) фирмы, осуществляющие международную деятельность
- Г) потребители продукции
- Д) дистрибуторы продукции

Правильный ответ: А.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

3. Выберите один правильный ответ.

Отличительные черты внутреннего и международного маркетинга:

- А) разные нужды целевого сегмента
- Б) усложнение маркетинговых исследований и расширение маркетинговой работы
- В) широкая географическая принадлежность
- Г) оптимизация прибыли за счет удовлетворения нужд целевого сегмента

Правильный ответ: Б.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

4. Выберите один правильный ответ.

Признак международной компании:

- А) производство товаров по международным стандартам
- Б) персонал, владеющий иностранными языками
- В) ведение внешнеэкономических операций
- Г) правительственная деятельность

Правильный ответ: В.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между странами и их классификацией по структуре хозяйства. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Страна	Структура хозяйства
1) Индия, Филиппины	A) Промышленно развивающиеся страны, где обрабатывающая промышленность.
	B) Страны-экспортеры сырья.
	C) Промышленно развитые страны.
2) Бангладеш, Эфиопия	D) Страны со слаборазвитой экономикой.

- 3) США, Германия, Япония
4) Саудовская Аравия, Чили, Запорожье

Правильный ответ:

1	2	3	4
А	Г	В	Б

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

2. Установите соответствие между характеристиками маркетинга и его видами. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Характеристика маркетинга	Вид маркетинга
1) Маркетинговая деятельность охватывает сбыт и все функциональные сферы деятельности предприятия.	A) Международный маркетинг B) Экспортный маркетинг C) Традиционный экспорт D) Глобальный маркетинг
2) Экспортер систематически обрабатывает рынок и приспосабливает производство под этот рынок.	

Правильный ответ:

1	2
А	Б

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

3. Установите соответствие между характеристиками этапов международного маркетинга и их названиями. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Характеристика этапа	Название
1) Экспортер глубоко исследует рынок и использует все инструменты маркетинга.	A) Внутренний Б) Экспортный В) Глобальный Г) Международный
2) Экспортер систематически обрабатывает рынок, приспосабливает товар, контролирует путь товара.	

Правильный ответ:

1	2
А	Б

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

4. Установите соответствие между характеристиками транснациональных компаний и их видами. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Характеристика транснациональной компании	Вид транснациональной компании
1) Привязанность к стране происхождения, ядро образует капитал двух-трех стран.	А) Мультинациональные Б) Глобальные В) Международные Г) Транснациональные
2) Отсутствие привязанности к стране происхождения, образованы капиталами нескольких стран.	

Правильный ответ:

1	2
А	Б

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

Задания закрытого типа на установление последовательности

1. Установите правильную последовательность этапов развития международного маркетинга. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) внутренний
- Б) глобальный
- В) международный
- Г) экспортный

Правильный ответ: А, Г, В, Б.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

2. Установите правильную последовательность этапов процесса международных маркетинговых исследований. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) разработка и представление плана международного маркетингового исследования
- Б) реализация плана международного маркетингового исследования
- В) представление и использование результатов международного маркетингового исследования
- Г) определение проблемы и формулирование целей международного маркетингового исследования.

Правильный ответ: Г, А, Б, В.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

3. Установите правильную последовательность этапов формирования каналов распределения на международном рынке. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) определение целей и задач распределения
- Б) выбор структуры канала
- В) выявление альтернативных систем распределения
- Г) разработка стратегии коммуникаций в канале распределения и решение об управлении каналами распределения

Правильный ответ: В, А, Б, Г.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

4. Установите правильную последовательность этапов процесса осуществления рекламной деятельности на внешних рынках. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) формулирование целей международной рекламы и установление рекламного бюджета
- Б) выбор рекламного агентства выбор средств распространения рекламных сообщений
- В) разработка рекламного сообщения и оценка эффективности международной рекламы
- Г) выявление целевой аудитории
- Д) разработка рекламного сообщения

Правильный ответ: Г, А, Б, В.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Огромная концентрация и централизация капитала, рост мощи международных корпораций, интенсификация международной специализации производства и кооперации, международный маркетинг, электронная торговля, международная логистика. Это характеристика _____ фактора, оказывающего влияние на глобализацию мировой экономики.

Правильный ответ: экономического.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Руководство фирмы и, в частности, служба управления международным маркетингом может воздействовать на организацию управления международным маркетингом, на уровень используемой техники и технологий, на величину издержек производства. Это _____ факторы.

Правильный ответ: контролируемые.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

3. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Фирма осуществляет продажу своих товаров на внешних рынках через независимые отечественные посреднические организации. Это определение _____ экспорта.

Правильный ответ: косвенного.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

4. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Нефтеперерабатывающее предприятие осуществляет продажу бензина на принадлежащих ему автозаправочных станциях. В этом случае используется _____.

Правильный ответ: прямое распределение.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Дайте ответ на вопрос:

Как называется активное распространение влияния маркетинговых (и не только) процессов на межстрановом уровне, проникновение инструментов влияния на потребителей за пределы отдельно взятой страны?

Правильный вариант: глобализацией.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

2. Дайте ответ на вопрос:

Как называются пошлины, которые устанавливаются на экспортируемые товары при пересечении ими государственной границы?

Правильный вариант: вывозные.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

3. Дайте ответ на вопрос:

Как называется концепция, которая рассматривает весь мир как единый рынок?

Правильный вариант: концепция глобального рынка.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

4. Дайте ответ на вопрос:

Как называется цена единицы товара на месте его происхождения или перепродажи?

Правильный вариант: базовая.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Решите задачу. Приведите полное решение задачи.

Выбрать один из сегментов рынка по критерию максимального размера сбыта, исходя из следующих показателей:

Характеристика сегмента	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3
Ёмкость, тыс. ед	3000	1800	1300
Предполагаемая доля рынка компании	1/30	1/20	1/10

Время выполнения 20 мин.

Ожидаемый результат:

Решение:

1. Определим размер сбыта для каждого сегмента.

Объём потенциального сбыта рассчитывается по формуле $Q = N \times d$,

где N – ёмкость рынка или рыночного сегмента, тыс. ед.,

d – предполагаемая доля рынка компании.

1. $Q_1 = 3000 \times 1/30 = 100$ тыс. ед.

2. $Q_2 = 1800 \times 1/20 = 90$ тыс. ед.

3. $Q_3 = 1300 \times 1/10 = 130$ тыс. ед.

Ответ: Третий сегмент рынка предпочтительнее, так как он обеспечивает наибольший объем сбыта.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

2. Дайте развернутый ответ на вопрос. Запишите ответ, используя точные формулировки.

Назовите виды таможенных пошлин по объекту обложения и от способа исчисления ставок таможенные пошлины.

Время выполнения 15 мин.

Ожидаемый результат:

В зависимости от объекта обложения различают следующие виды: таможенных пошлин:

1. Ввозные (импортные) – взимаются за ввоз товаров на территорию страны.

2. Вывозные (экспортные) – взимаются при вывозе произведённой в стране продукции.

3. Транзитные – взимаются за провоз товара по территории страны.

В зависимости от способа исчисления ставок таможенные пошлины подразделяют на:

1. Адвальорные – определяются в процентах от таможенной стоимости товаров. Применяются обычно к сырьевым и продовольственным товарам.
2. Специфические – устанавливаются в виде конкретной денежной суммы за единицу (веса, объема, штуки и др.) товара. Применяются, как правило, к готовым изделиям.
3. Комбинированные – при исчислении используются оба вышеупомянутых вида ставок, при этом чаще всего уплате подлежит большая из исчисленных сумм.

Критерии оценивания:

1. Перечислены не менее двух видов пошлин по объекту обложения.
2. Перечислены не менее двух видов пошлин от способа исчисления ставок таможенные пошлины.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

3. Дайте развернутый ответ на вопрос. Запишите ответ, используя точные формулировки.

Назовите цели и виды демпинга на внешних рынках.

Время выполнения 15 мин.

Ожидаемый результат:

Демпинг – продажа товаров и услуг по искусственно заниженным ценам.

Цели демпинга: проникновение или укрепление на новом рынке, вытеснение конкурентов.

Виды демпинга на внешних рынках:

1. Монопольный. Предприятие или группа предприятий занимает монопольное положение в своей стране и продаёт за рубеж производимую ими продукцию по ценам ниже, чем те, которые они применяют на своём государственном рынке.
2. Технологический. Перепродажа продуктов по низким ценам как результат высокой производительности труда, достигнутой за счёт применения передовой технологии.
3. Социальный. Используется для определения ценовых выгод, которые страна-экспортёр получила благодаря очень низким издержкам производства из-за низкого уровня жизни и социального развития.
4. Спорадический. Импорт какого-либо продукта в значимых объёмах в течение малого промежутка времени.
5. Преднамеренный. Временное преднамеренное понижение экспортных цен с целью вытеснения соперников с рынка и дальнейшего установления монопольных цен.
6. Валютный. Происходит в случаях, когда обесценивание валюты за пределами страны более существенное, чем её покупательная способность внутри государства. При этом экспортёр имеет возможность покупать продукцию по сниженному курсу и продавать её за границей по цене в устойчивой валюте.

Критерии оценивания:

1. Перечислены цели демпинга.

2. Перечислены не менее трех видов демпинга на внешних рынках.
Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

4. *Дайте развернутый ответ на вопрос. Запишите ответ, используя точные формулировки.*

Назовите способы выхода на внешние рынки. Какие существуют виды экспорта в зависимости от использования фирмой посредников. Перечислите преимущества совместного экспорта.

Время выполнения 20 мин.

Ожидаемый результат:

Способы выхода на внешние рынки:

1. Экспорт.
2. Совместное предпринимательство.
3. Прямое инвестирование.

Виды экспорта в зависимости от использования фирмой посредников:

1. Прямой. Товары продаются продавцом на внутреннем рынке напрямую покупателю за рубежом.
2. Косвенный. Товар сначала передаётся посреднику внутри страны, а затем уже продукция экспортируется за рубеж.
3. Совместный. В отличие от прямого экспорта, продавцов несколько, каждый из них заключает контракт ВЭД с покупателем и экспортирует свою продукцию.

Преимущества совместного экспорта:

1. Возможность предложения на зарубежных рынках комплекса взаимодополняемых товаров.
2. Несколько товаропроизводителей могут создать и совместно использовать единый широко узнаваемый бренд.
3. Несколько компаний, объединившись для совместного выхода на внешний рынок, могут обеспечить более высокий уровень представительства на нём, провести исследование и сделать обоснованные выводы о маркетинговых возможностях совместного экспорта.
4. Совместный выход на внешний рынок позволяет значительно снизить затраты по транспортировке и реализации товаров на зарубежных рынках и добиться более стабильной ценовой политики.

Критерии оценивания:

1. Перечислены не менее двух способов выхода на внешние рынки.
2. Перечислены не менее двух видов экспорта в зависимости от использования фирмой посредников.
3. Перечислены не менее трех преимуществ совместного экспорта.

Компетенции (индикаторы): ПК-7 (ПК-7.6)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Международный маркетинг» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению 38.03.02 Менеджмент.

Председатель учебно-методической комиссии
института управления и государственной службы



Студеникина В.П.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)