

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 20.04.2025 16:42:34
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ"

Факультет

Менеджмента

Кафедра

Менеджмента внешнеэкономической деятельности

"УТВЕРЖДАЮ"

Проректор

Л.Н. Костина

24.04.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.16.02

**"Маркетинговое обеспечение международного
бизнеса"**

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

**Профиль "Международный менеджмент (с частичной реализацией на
английском языке)"**

Квалификация

МАГИСТР

Форма обучения

Очная

Общая трудоемкость

2 ЗЕТ

Год начала подготовки по учебному плану

2025

Донецк
2025

Составитель:

канд.экон.наук, доцент

_____.Л.В.Кулешова

Рецензент

канд. экон наук, доцент

_____.Е.И. Кулик

Рабочая программа дисциплины (модуля) "Маркетинговое обеспечение международного бизнеса" разработана в соответствии с:

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена на основании учебного плана Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Профиль "Международный менеджмент (с частичной реализацией на английском языке)", утвержденного Ученым советом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС" от 24.04.2025 протокол № 12

Срок действия программы: 2025-2027

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности

Протокол от 24.03.2025 № 11

Заведующий кафедрой:

д-р экон.наук, доцент, Беганская И.Ю.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Менеджмента внешнеэкономической деятельности

Протокол от " ____ " _____ 2026 г. № ____

Зав. кафедрой л-п экон.наук. доцент. Беганская И.Ю.

(подпись)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**"УТВЕРЖДАЮ"**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Менеджмента внешнеэкономической деятельности

Протокол от " ____ " _____ 2027 г. № ____

Зав. кафедрой д-р экон.наук, доцент, Беганская И.Ю.

(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ	
получение обучающимися современных знаний по организации и осуществлению международного маркетинга, формирование прогрессивных взглядов на цели материального производства и подготовка их к практическим действиям в международном масштабе в соответствии с пониманием запросов, нужд, психологических особенностей глобальных потребителей	
1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	
формирование системы знаний в области международного маркетинга, формирование представления об особенностях деятельности на международных рынках, комплексе международного маркетинга, экспортной политике предприятия, методах обоснования и выбора способов выхода на внешние рынки, умение оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций на внешнем рынке выявлять рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей, привить навыки принятия маркетинговых решений с использованием современных информационных технологий.	
1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.В.16.02
<i>1.3.1. Дисциплина "Маркетинговое обеспечение международного бизнеса" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Теория организации и организационное поведение (Organization theory and organizational behavior)	
Управленческое консультирование	
<i>1.3.2. Дисциплина "Маркетинговое обеспечение международного бизнеса" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Стратегическое планирование и бизнес-план	
Преддипломная практика	
Правовое обеспечение стандартизации и сертификации	
Риск-менеджмент (Risk management)	
Эффективные бизнес-коммуникации (Effective business communications)	
Менеджмент международных корпораций	
1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:	
<i>ПКс-6.3: Способен использовать знания в области исследования торгово-сбытовой деятельности предприятия и навыки учета факторов, оказывающих влияние на процесс производства и продвижения товаров и услуг за пределами страны</i>	
Знать:	
Уровень 1	основные подходы к планированию и организации международной маркетинговой деятельности
Уровень 2	разнообразные виды товарных, ценовых, сбытовых и коммуникативных технологий в международном маркетинге;
Уровень 3	специфику международной маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности, а также тенденции международного маркетинга;
Уметь:	
Уровень 1	оценивать окружающую среду для обоснования принятия решения о выходе фирмы на внешний рынок
Уровень 2	использовать алгоритм разработки стратегии международного маркетинга;
Уровень 3	применять знания и навыки работы в глобальном контексте, включая разработку маркетингового плана и способы его осуществления;
Владеть:	
Уровень 1	навыками построения эффективных маркетинговых коммуникаций при осуществлении международной деятельности;
Уровень 2	методами и приемами разработки комплекса маркетинговых мероприятий на предприятии осуществлении международной деятельности.
Уровень 3	навыками поиска и оценки новых рыночных возможностей и формулирования бизнес-идеи.

В результате освоения дисциплины "Маркетинговое обеспечение международного бизнеса"

3.1	Знать:
	основные тенденции и проблемы развития международной деятельности в современных условиях функционирования бизнес-субъектов;
3.2	Уметь:
	использовать маркетинговые инструменты работы с информацией и данными;
3.3	Владеть:
	методами и приемами разработки комплекса маркетинговых мероприятий на предприятии при осуществлении международной деятельности.
1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ	
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.	
Промежуточная аттестация	
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим локальным нормативным актом. По дисциплине "Маркетинговое обеспечение международного бизнеса" видом промежуточной аттестации является Зачет	

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ						
Общая трудоёмкость дисциплины "Маркетинговое обеспечение международного бизнеса" составляет 2 зачётные единицы, 72 часа. Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
Раздел 1. Теоретические аспекты международного маркетинга						
Тема 1.1. Роль международного маркетинга в деятельности компаний, ориентированных на внешний рынок /Лек/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 1.1. Роль международного маркетинга в деятельности компаний, ориентированных на внешний рынок /Сем зан/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 1.1. Роль международного маркетинга в деятельности компаний, ориентированных на внешний рынок /Ср/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 1.2. Международная сегментация и стратегии проникновения на внешние рынки /Лек/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	

Тема 1.2. Международная сегментация и стратегии проникновения на внешние рынки /Сем зан/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 1.2. Международная сегментация и стратегии проникновения на внешние рынки /Ср/	2	4	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Методика проведения маркетинговых исследований на внешнем рынке /Лек/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Методика проведения маркетинговых исследований на внешнем рынке /Сем зан/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Методика проведения маркетинговых исследований на внешнем рынке /Ср/	2	4	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Раздел 2. Практические аспекты международного маркетинга						
Тема 2.1. Товарная политика на внешних рынках /Лек/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 2.1. Товарная политика на внешних рынках /Сем зан/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 2.1. Товарная политика на внешних рынках /Ср/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Ценообразование в международном маркетинге /Лек/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Ценообразование в международном маркетинге /Сем зан/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Ценообразование в международном маркетинге /Ср/	2	4	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	

Тема 2.3. Сбытовая политика на внешних рынках /Лек/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 2.3. Сбытовая политика на внешних рынках /Сем зан/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 2.3. Сбытовая политика на внешних рынках /Ср/	2	4	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Раздел 3. Международные маркетинговые коммуникации						
Тема 3.1 Сущность и особенности международных маркетинговых коммуникаций /Лек/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 3.1 Сущность и особенности международных маркетинговых коммуникаций /Сем зан/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 3.1 Сущность и особенности международных маркетинговых коммуникаций /Ср/	2	4	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 3.2. Организация рекламных мероприятий на международном уровне /Лек/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 3.2. Организация рекламных мероприятий на международном уровне /Сем зан/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 3.2. Организация рекламных мероприятий на международном уровне /Ср/	2	4	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 3.3. Методы оценки маркетинговых коммуникаций /Лек/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Тема 3.3. Методы оценки маркетинговых коммуникаций /Сем зан/	2	2	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	

Тема 3.3. Методы оценки маркетинговых коммуникаций /Ср/	2	4	ПКс-6.3	Л1.1 Л1.2 Л2.1 Л2.2 Л3.1 Л3.2 Э1 Э2	0	
Консультация /Конс/	2	2	ПКс-6.3		0	

РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Маркетинговое обеспечение международного бизнеса» используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (СЗ), самостоятельная работа обучающихся (СР) по выполнению различных видов заданий. В процессе освоения дисциплины «Маркетинговое обеспечение международного бизнеса» используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «PowerPoint». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь с обучающимися, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеофильмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций. При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы. Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература			
1. Основная литература			
	Авторы	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	И. Ю. Беганская, Л. В. Кулешова.	Международный менеджмент и маркетинг : учебное пособие (464 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021
Л1.2	Карпова, С. В	Международный маркетинг : учебник / — 6-е изд., перераб. и доп. — 298 с. — ISBN 978-5-394-04183-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277352 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.	Москва : Дашков и К, 2022
2. Дополнительная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Левченко, В.О.	Маркетинг. Международный маркетинг: практикум : учебное пособие /— 151 с. — ISBN 978-5-00202-610-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/481841). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2024.
Л2.2	О. Д. Фальченко, В.И.Майданик В. Е. Ковалев и др.	Исследование бизнес-среды во внешнеэкономической деятельности : учебное пособие [/]. — 135 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/391985 -Режим доступа: для авториз. пользователей.	Екатеринбург : УрГЭУ, 2023.

3. Методические разработки

Авторы,		Заглавие	Издательство, год
ЛЗ.1	Л.В. Кулешова	Маркетинговое обеспечение международного бизнеса: конспект лекций для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Международный менеджмент (с частичной реализацией на английском языке)») очной формы обучения (131 с.)	Донецк : ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», 2025
ЛЗ.2	Л.В. Кулешова.	Маркетинговое обеспечение международного бизнеса: методические рекомендации для проведения семинарских занятий для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Международный менеджмент (с частичной реализацией на английском языке)») очной формы обучения 27 с.)	Донецк : ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», 2025
ЛЗ.3	Л.В. Кулешова.	Маркетинговое обеспечение международного бизнеса: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся 1 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Международный менеджмент» (с частичной реализацией на английском языке)») очной формы обучения (24 с)	Донецк : ФГБОУ ВО ДОНАУИГС, 2025

4.2. Перечень ресурсов**информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"**

Э1	Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»	https://cyberleninka.ru/
Э2	ЭБС «ЛАНЬ»	https://e.lanbook.com

4.3. Перечень программного обеспечения

Libre Office (лицензия Mozilla Public License v2.0.)
 7-Zip (лицензия GNU Lesser General Public License)
 AIMP (лицензия LGPL v.2.1)
 STDU Viewer (freeware for private non-commercial or educational use)
 GIMP (лицензия GNU General Public License)
 Inkscape (лицензия GNU General Public License).

4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Официальный сайт Международной торговой палаты: Режим доступа: <http://iccwbo.org>

4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий: рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран.

РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ/КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ**5.1. Контрольные вопросы и задания**

Вопросы для подготовки к зачету

1. Общая характеристика международной маркетинговой деятельности.
2. Причины и тенденции развития международных рынков.
3. Определение, цель, структура международного маркетинга.
3. Специфические требования международного маркетинга.
4. Выручка и прибыль фирмы при работе на национальных и мировых рынках - при уровне международной цены выше или ниже национальной цены.
5. Среда международного маркетинга: экономическая, политико-правовая, культурная.
6. Особенности, возможности и ограничения системы международного производства и торговли.

7. Цели и технология международных маркетинговых исследований.
8. Анализ общеэкономической конъюнктуры и конъюнктуры товарного рынка. Показатели конъюнктуры, конъюнктурообразующие факторы.
9. Прогноз конъюнктуры. Модель развития рынка. Прогноз развития рынка товаров промышленного назначения, товаров индивидуального потребления.
10. Критерии выбора внешних рынков. Сегментация внешних рынков.
11. Оценка привлекательности рынка с помощью матрицы "деловая активность фирмы / привлекательность рынка".
12. Выбор способа проведения комплексного исследования рынка.
13. Стратегические цели экспортера и импортера. Влияние внешнеэкономической политики государства на стратегию фирмы.
14. Формы вывоза капитала. Международное инвестирование.
15. Формы международного развития по Ж.-Ж. Ламбену.
16. Стратегии выхода на международный рынок. Производство в стране.
17. Стратегии выхода на международный рынок. Производство за рубежом.
18. Понятие мировой цены, мировой базисной цены. Особенности мировых цен
19. Основные виды мировых цен и их особенности.
20. Стратегии ценообразования в международном маркетинге.
21. Методика расчета цены сделки.
22. Экспортная товарная политика. Требования, предъявляемые к экспортному товару.
23. Характеристики, учитываемые при экспортировании товара.
24. Экспортный ассортимент: планирование и управление. Процесс формирования экспортного ассортимента.
25. Адаптация товара к зарубежным рынкам. Причины необходимости адаптации товара.
26. Стратегии стимулирования товара и его адаптации к зарубежному рынку.
27. Коммуникации в международном маркетинге. Понятие, роль и значение коммуникаций в современном бизнесе.
28. Процесс коммуникаций.
29. Этапы разработки эффективных коммуникаций.
30. Формы коммуникаций в международном маркетинге: реклама, public relations, стимулирование сбыта, личная продажа, участие в ярмарках и выставках.
31. Решения в отношении международной рекламы.
32. Понятие и виды промышленной собственности.
34. Система патентного права. Программа юридической защиты экспортируемого объекта, "патентный зонтик".
35. Обеспечение патентной чистоты экспортируемого товара.
36. Организационные структуры международного маркетинга: региональная, функциональная. Эволюция организационной структуры при интернационализации.
37. Система маркетинговых планов международной фирмы.
38. Виды рисков международных проектов. Определение потенциального риска.
39. Расчет эффективности международных проектов рекламы.
40. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций

5.2. Темы письменных работ

1. Формирование ценовой политики фирмы при выходе на внешние рынки.
2. Использование фундаментального анализа товарных рынков при осуществлении международной бизнес-деятельности.
3. Повышение конкурентоспособности предприятия на международном рынке услуг.
4. Формирование конкурентоспособной стратегии предприятий на международном рынке услуг.
5. Формы выхода предприятий на внешние рынки: современные подходы.
6. Виды и принципы формирования мировых цен (на примере...).
7. Международные стандарты качества: особенности использования субъектами ВЭД.
8. Особенности ценообразования при ведении международного бизнеса.
9. Современные формы деятельности торговых посредников на международном рынке.
10. Управление товародвижением в международной деятельности.

5.3. Фонд оценочных средств/комплект оценочных материалов

Комплект оценочных материалов по образовательной программе магистратура направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Международный менеджмент (с частичной реализацией на английском языке)») разработан в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС". Комплект оценочных материалов по образовательной программе магистратура направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Международный менеджмент (с частичной реализацией на английском языке)») в полном объеме представлен в виде приложения ОПОП по данной образовательной программе.

5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос, доклады, сообщения, тестовые задания, ситуационные задания, контроль знаний по разделу, индивидуальное задание.

РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- 1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.
- 2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ФГБОУ ВО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины осуществляется по следующим формам: лекции, семинарские занятия и самостоятельная (в том числе индивидуальная) работа обучающегося. Важным условием для освоения дисциплины в процессе занятий является ведение конспектов, освоение и осмысление терминологии изучаемой дисциплины. Материалы лекционных занятий следует своевременно подкреплять проработкой соответствующих разделов в учебниках, учебных пособиях, научных статьях и монографиях, в соответствии со списком основной и дополнительной литературы. Дополнительная проработка изучаемого материала проводится во время семинарских занятий, в ходе которых анализируются и закрепляются основные знания, полученные по дисциплине. При подготовке к семинарским занятиям следует использовать основную и дополнительную литературу из представленного списка. На семинарских занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике семинарских занятий. В рамках изучения учебной дисциплины необходимо использовать передовые информационные технологии – компьютерную технику, электронные базы данных, Интернет.

Целями самостоятельной работы обучающегося является: систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений; углубление и расширение теоретических знаний; формирование умения использовать справочную литературу; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации; развитие исследовательских умений.

Самостоятельная (в том числе индивидуальная) работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, в соответствии с Фондом оценочных средств дисциплины и содержит следующие задания:

- для подготовки к устному опросу – изучение программного материала дисциплины (работа с учебником и конспектом лекции, изучение рекомендуемых литературных источников, конспектирование источников);
- для подготовки и написания реферата, доклада – работа с электронными информационными ресурсами и ресурсами Internet (использование аудио- и видеозаписи);
- для проведения контроля знаний по разделам учебной дисциплины – подведение промежуточных и текущих итогов; Изучение дисциплины предполагает форму промежуточной аттестации – зачет