Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Саидов Заурбек Аслanбекович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.04.2022 13:16:13
Уникальный программный ключ:
2e8339f3ca5e6a5b4531845a12d1bb5d1821f0ab

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Чеченский государственный университет»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

Кафедра экономической теории и предпринимательства

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По дисциплине (модулю) «Организация и техника внешнеторговых операций»
индекс и наименование дисциплины (модуля)

Направление подготовки/ (специальность) 38.03.06 «Торговое дело»
(шифр и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) «Торговое дело»
(код и наименование направленности (профиля)

Грозный 2020

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы, описание показателей и критериев оценивания компетенций

Курс	Семестр	Код и содержание компетенции	Результаты обучения	Оценочные средства
4	7	ОПК-5: готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	Знать: - основные понятия, цели, принципы, виды, содержание организации и технологии внешнеторговых операций, последовательность их осуществления; - формы и методы внешней торговли и механизмы их реализации, основные теории и концепции международной торговли Уметь: - организовывать и определять эффективность внешнеторговых операций, рассчитывать экономические показатели внешнеторговой деятельности, разрабатывать мероприятия по их улучшению Владеть: работы с действующими федеральными законами и другими нормативно-правовыми актами, регулирующими внешнеторговую деятельность России.	Реферат Тест Собеседование Экзамен
4	7	ПК-11: способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной	Знать: - роль и виды международных экономических организаций в регулировании и развитии	Реферат Тест Собеседование Экзамен

		деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	международной торговли; Уметь: - применять методы и принципы международного менеджмента, маркетинга и логистики при организации внешнеторговой деятельности; Владеть: - работы с действующими федеральными законами и другими нормативно-правовыми актами, регулирующими внешнеторговую деятельность России.	

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки владений, умений, знаний, характеризующих этапы формирования компетенций процессе освоения образовательной программы с описанием шкал оценивания и методическими материалами, определяющими процедуру оценивания.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), модули дисциплины/практики*	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	
			вид	кол-во
1.	«Методы торговли»	ПК-11	Собеседование, опрос, реферат	3
2.	«Выход на внешний рынок»	ОПК-5 ПК-11	Собеседование, опрос, реферат	3
3.	«Международные контракты»	ОПК-5	Собеседование, опрос, тестирование	3
4.	«Базисные условия поставок»	ОПК-5 ПК-11	Собеседование, опрос, реферат	3
5.	«Цены в международной торговле»	ОПК-5	Собеседование, опрос, реферат	3
6.	«Расчеты в международной торговле»	ОПК-5 ПК-11	Собеседование, опрос, реферат	
7.	«Методы торговли»	ПК-11	Собеседование, опрос, реферат	

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Чеченский государственный университет»
Кафедра «Экономическая теория и предпринимательство»

(наименование кафедры)

Экзаменационные материалы

(примерный перечень вопросов к зачету)

по дисциплине «Организация и техника внешнеторговых операций»

для студентов 4 курса

направления подготовки

38.03.06 «Торговое дело»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

экзаменационная сессия 2020 - 2021 уч. года

Теоретические вопросы:

1. Раскройте сущность международного маркетинга.
2. Отличия внутреннего маркетинга от международного.
3. Необходимость изучения предмета Организация и технология внешнеторговых операций
4. Основные мотивы выхода компании на внешние рынки
5. Качественные изменения в международном маркетинге в условиях глобализации.
6. Основные этапы развития международного маркетинга.
7. Предпосылки глобализации мировой экономики.
8. Характеристики глобальной экономики.
9. Охарактеризуйте микровнешнюю и макровнешнюю среду маркетинга.
10. Перечислите неконтролируемые факторы и оцените их влияние на деятельность предприятия.
11. Экономическая среда международного маркетинга
12. Политико-правовая среда международного маркетинга. Как влияет вид права принятый в стране на ее коммерческую деятельность?
13. Основные группы торговых терминов Инкотермс -2000.
14. Роль культурной среды в современном международном маркетинге.
15. Дайте понятие межкультурного анализа.
16. Дифференциация рекламной деятельности в мировом пространстве.
17. Цели и задачи маркетинговых исследований зарубежных рынков.
18. Направления исследования зарубежного рынка.
19. Внешние и внутренние источники информации, недостатки синдикативной информации.
20. Объект и субъект рыночных исследований.

21. Кабинетные и полевые исследования. Преимущества и недостатки.
22. Емкость зарубежного рынка, формула расчета.
23. Способы охвата зарубежных рынков.
24. Охарактеризуйте бенчмаркинг.
25. Роль инновационных технологий в исследованиях зарубежных рынков.
26. Основные стратегии международного маркетинга.
27. Стратегическое планирование. Основные этапы стратегического планирования.
28. Использование матрицы БКГ при проведении межстрановых сравнений.
29. Охарактеризуйте матрицу директивной политики.
30. Основные подходы, используемые при разработке стратегических международных маркетинговых планов.
31. Способы выхода компании на зарубежный рынок, оцените их преимущества и недостатки.
32. Косвенный экспорт с точки зрения рисков для международной компании.
33. Этапы разработки экспортной стратегии.
34. Формы международного экономического сотрудничества.
35. Международный консорциум.
36. Отличия товарной стратегии и товарной политики?
37. Стратегии разработки товарной политики в международном маркетинге.
38. Стадии международного жизненного цикла инновативного продукта.
39. Модели ЖЦТ в международном маркетинге.
40. Ассортиментная политика.

Методические рекомендации по подготовке к экзамену (зачету):

Подготовка к зачету осуществляется на основании методических рекомендаций по дисциплине и списка вопросов изучаемой дисциплины, конспектов лекций, учебников и учебных пособий, научных статей, информации среды интернет.

Шкалы и критерии оценивания:

«зачтено» выставляется обучающемуся, если выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.;

«не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний

основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.