

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 10.12.2024 14:54:52

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины
Международные маркетплейсы**

Направление 38.03.02 Менеджмент
Направленность 38.03.02.18 "Менеджмент маркетплейсов"

Для набора 2024 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА Общий и стратегический менеджмент**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	16			
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	10	10	10	10
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	20	20	20	20
Контактная работа	20	20	20	20
Сам. работа	115	115	115	115
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): к.э.н., доц., Попова Н.В.

Зав. кафедрой: к.э.н., доц. Гончарова С.Н.

Методический совет направления: д.э.н., профессор Суржиков М.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Получение системы знаний в области функционирования и управления международных маркетплейсов, интернет-бизнеса, выбора и эффективного применения инструментов и методов разработки стратегии развития бизнеса в сети Интернет, разрабатывать и принимать управленческие решения актуальные для предприятий, функционирующих в интернет среде.
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов.

ПК-2: Способен обоснованно разрабатывать и управлять стратегией развития бизнеса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- знать методики сбора и анализа данных для решения управленческих задач, в том числе в среде Интернет (соотнесено с индикатором ПК 1.1)
- знать основы разработки и управления стратегией развития бизнеса (соотнесено с индикатором ПК 2.1)

Уметь:

- уметь формировать и осуществлять цели и задачи анализа данных и уметь разработать варианты решения управленческих задач в том числе на предприятиях среды Интернет (соотнесено с индикатором ПК 1.2)
- уметь проводить анализ среды, разрабатывать на его основе стратегию развития проекта и осуществлять исследование эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (соотнесено с индикатором ПК 2.2)

Владеть:

- владеть инструментами анализа интернет-пространства, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (соотнесено с индикатором ПК 1.3)
- владеть опытом разработки стратегии развития бизнеса и осуществлять оценку эффективности реализации стратегии с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (соотнесено с индикатором ПК 2.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Сравнительный менеджмент в интернет среде

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	«Сравнительный анализ американского, европейского, японского и азиатского менеджмента». Модели менеджмента: особенности и основные характеристики. Традиционные модели: американская, японская, европейская. Основные концепции американского менеджмента. Менеджмент в Германии, Франции и Англии. Сравнение американского и японского менеджмента. Китайский и корейский менеджмент. Показатели эффективности менеджмента и влияние системы ценностей. Эффект «колеи» и гипотеза Липсетта. «Особенности деятельности менеджера на основе учета культурных ценностей». Анализ систем ценностей и адаптивных реакций на особенности деятельности в поликультурной среде. Правила адаптации. Анализ прецедентов и моделирование взаимодействий. / Лек /	5	2	ПК-1, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8
1.2	"Ситуационное и эволюционное управление в разных системах менеджмента". Менталитет нации, построение таблиц отображений. Закон соответствия системы менеджмента менталитету нации. Философия экономики, фирмы и деятельности. Различия философий в различных культурах. Философия кайдзен и ее роль в менеджменте Японии. "Основные концепции и национальные особенности российского менеджмента". Российский менталитет и его особенности. Отображение черт менталитета на характеристики системы менеджмента. Становление российского менеджмента. Эффект и эффективность методов менеджмента и его роль в современном экономическом развитии. / Лек /	5	2	ПК-1, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8
1.3	"Особенности национальных систем менеджмента". Влияние	5	4	ПК-1, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3,

	<p>культурно-странового контекста на систему менеджмента. Практика стимулирования труда в различных странах. Особенности межкультурной коммуникации. Стили коммуникации и коммуникационные потоки. Культурные шумы в коммуникационном процессе. Коммуникация и языковые барьеры. Невербальная коммуникация.</p> <p>"Факторы развития систем менеджмента в разных странах". Агентная модель взаимодействия представителей отдельных культур и управление фирмой. Правила взаимодействия агентов при управлении современной фирмой по экономическим критериям. Методы поиска согласованного решения проблем. Примеры формализации агентных взаимодействий. Мультиагентные системы в менеджменте и их применение. Примеры мультиагентных систем. Решение задач по формированию правил взаимодействия агентов с разными культурами.</p> <p>"Анализ свойств и особенностей национальных систем менеджмента". Решение задач организационного развития на основе учета культурных преобразований. Применение метода ЭЛЕКТР для сравнительного анализа национальных систем менеджмента. Работа выполняется в ПО Libre Office.</p> <p>Кейс – задача «Досье на страну»— руководство для разработки маркетинг-плана». Шесть детерминант определения конкурентоспособности экономики стран по теории Портера. Директивы для культурного анализа, для экономического анализа, для аудита рынка и конкурентного анализа, для предварительного маркетинг-плана. / Пр /</p>				Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8
1.4	<p>Методика проектирования системы менеджмента, адекватной менталитету. Построение таблиц отображения черт менталитета на характеристики менеджмента. Построение основных характеристик российского менеджмента. / Ср /</p>	5	25	ПК-1, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8
1.5	<p>Примеры формализации агентных взаимодействий. Мультиагентные системы в менеджменте и их применение. Примеры мультиагентных систем. Решение задач по формированию правил взаимодействия агентов с разными культурами. / Ср /</p>	5	36	ПК-1, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8

Раздел 2. Функционирование международных маркетплейсов

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
2.1	<p>"Международный маркетплейс как инструментарий активной торговой деятельности фирмы на глобальном мировом рынке". Глобализация мира: черты и формы проявления. Экономический смысл глобализации, глобализация как высшая стадия интернационализации. Сущность, виды и цели международного маркетинга / Лек /</p>	5	2	ПК-1, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8
2.2	<p>«Международный маркетплейс - объект и субъект международного менеджмента в глобальной экономике». Понятие «международный маркетплейс» и характеристики основных типов. Стили поведения фирм на международном рынке / Лек /</p>	5	2	ПК-1, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8
2.3	<p>«Технологии вхождения компании на зарубежные целевые рынки» Способы вхождения на зарубежный рынок в зависимости от характеристик конкретной области товарно-рыночного положения. Сравнительная характеристика альтернатив вхождения на зарубежный рынок.</p> <p>«Международные стратегии». Определение и виды международных стратегий. Оценка стратегических возможностей компании относительно различных конкурентов (базовые, конфронтационные, кооперационные и инновационные стратегии) Концептуальная основа для анализа, выработки и формирования международной маркетинговой стратегии (стратегические измерения, стратегический процесс, определение задач, разработка планов, ресурсное обеспечение). / Лек /</p>	5	2	ПК-1, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8
2.4	<p>«Особенности функционирования зарубежных маркетплейсов». Маркетплейсы Amazon, Allegro, eBay, Zalando, Etsy, Shopif, Walmart, Alibaba, Aliexpress. История создания, стратегии</p>	5	6	ПК-1, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5,

	развития, анализ конкурентных преимуществ. Работа выполняется в Libre Office. Кейс-задача «Анализ маркетплейса». Посещаемость, в месяц, уникальных пользователей, тематика, комиссия, агенты, обсуживание, выплаты. "Выход на международный маркетплейс". Регистрация и настройка профиля. Оптимизация. Продвижение и реклама. Контроль, мониторинг и анализ данных. / Пр /				Л2.6, Л2.7, Л2.8
2.5	«Международный маркетплейс как инструментарий активной торговой деятельности фирмы на глобальном мировом рынке». «Международный маркетплейс - объект и субъект международного менеджмента в глобальной экономике». «Технологии вхождения компании на зарубежные целевые рынки» «Международные стратегии». / Ср /	5	54	ПК-1, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8
2.6	Экзамен / Экзамен /	5	9	ПК-1, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Евсеева, О. А., Евсеева, С. А.	Международный менеджмент: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2019	https://www.iprbookshop.ru/83323.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Гриненко, Г. П.	Международный маркетинг: учебное пособие	Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2018	https://www.iprbookshop.ru/92265.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Пивоваров С., Максимцев И., Тарасевич Л.	Международный менеджмент: Учебник для вузов. 5-е изд. Стандарт третьего поколения	Санкт-Петербург: Питер, 2020	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=335008 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Круглова, И. А., Третьяк, В. В.	Мировая экономика и международные экономические отношения. В 3 частях. Ч.1. Мировая экономика: учебно-методическое пособие	Санкт-Петербург: Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, 2023	https://www.iprbookshop.ru/135969.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Уолтон С.	Как я создал Walmart: практическое пособие	Москва: Альпина Паблишер, 2017	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428091 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.2	Цзэн М.	Alibaba и умный бизнес будущего: как оцифровка бизнес-процессов изменила взгляд на стратегию: практическое руководство	Москва: Альпина Паблишер, 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570341 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Нил Мехта, Парт Детройя, Адитья Агаше	В одно касание. Бизнес-стратегии Google, Apple, Facebook, Amazon и других корпораций	Санкт-Петербург: Питер, 2020	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=371704 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Росман Джон	Думай как Amazon. 50 и 1/2 идей для бизнеса. — (Серия «Деловой бестселлер»)	Санкт-Петербург: Питер, 2021	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=371721 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5		Менеджмент и Бизнес-Администрирование: журнал	Москва: Академия менеджмента и бизнес-администрирования, 2022	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697774 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6	Анисимов, А. А.	Менеджмент в сфере информационной безопасности: учебное пособие	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2024	https://www.iprbookshop.ru/133946.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.7	Фадига А. С.	Разработка стратегии продвижения маркетплейса: студенческая научная работа	Воронеж: б.и., 2023	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=704952 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.8	Цзэн М.	Как Alibaba использует искусственный интеллект в бизнесе: сетевое взаимодействие и анализ данных: научно-популярное издание	Москва: Альпина Паблишер, 2022	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=707487 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС КонсультантПлюс

ИСС ГАРАНТ

База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <https://wciom.ru/database/>

5.4. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС

Libre Office

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;

- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
<p>ПК-1: Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов.</p>			
<p>знать методики сбора и анализа данных для решения управленческих задач, в том числе в среде Интернет</p>	<p>работает с необходимой литературой для системного подхода к формированию и реализации решений в профессиональной деятельности</p>	<p>полнота и содержательность ответа на вопросы, соответствие требованиям учебной программы и профессиональной деятельности ответов на кейс - задачи; умение лаконично излагать материал на достаточном уровне в реферате</p>	<p>Вопросы к экзамену (часть 1 в.1-22, часть 2 в.1-22) Опрос (в.1-34) Реферат (т.1-18) Кейс – задача (з.1-4)</p>
<p>уметь формировать и осуществлять цели и задачи анализа данных и уметь разработать варианты решения управленческих задач в том числе на предприятиях среды Интернет</p>	<p>реализует умение работы с базами данных, Интернет-ресурсами с целью формирования и внедрения в профессиональную деятельность управленческих решений на базе использования коммуникационного инструментария</p>	<p>умение приводить примеры при ответе на вопросы экзамена; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке опросу; соответствие собранного и структурированного материала требованиям дисциплины и компетенции в полном объеме при выполнении кейс заданий и лабораторных заданий</p>	<p>Вопросы к экзамену (часть 1 в.1-22, часть 2 в.1-22) Опрос (в.1-34) Реферат (т.1-18) Кейс – задача (з.1-4) Лабораторные задания (з.1-4)</p>
<p>владеть инструментами анализа интернет-</p>	<p>обрабатывает и структурирует</p>	<p>использование информационно-</p>	<p>Вопросы к экзамену (часть</p>

пространства, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	информацию с целью разработки маркетинговых программ	коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов в полном объеме в целях выполнения кейс заданий и лабораторных заданий.	1 в.1-22, часть 2 в.1-22) Кейс – задача (з.1-4) Лабораторные задания (з.1-4)
ПК-2: Способен обоснованно разрабатывать и управлять стратегией развития бизнеса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»			
знать основы разработки и управления стратегией развития бизнеса	использует и применяет в профессиональной работе интернет-ресурсы с целью получения необходимой информации, для разработки стратегии развития бизнеса в Интернет среде	полнота и содержательность ответа на вопросы, соответствие требованиям учебной программы и профессиональной деятельности ответов на кейс - задачи; умение лаконично излагать материал на достаточном уровне в реферате	Вопросы к экзамену (часть 1 в.1-22, часть 2 в.1-22) Опрос (в.1-34) Реферат (т.1-18) Кейс – задача (з.1-4)
уметь проводить анализ среды, разрабатывать на его основе стратегию развития проекта и осуществлять исследование эффективности реализации с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	работает с профессиональными базами данных на достаточном уровне; владеет навыками работы с информационно-справочными ресурсами с целью исследования эффективности реализации с использованием ИКТ в профессиональной деятельности	умение приводить примеры при ответе на вопросы экзамена; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке опросу; соответствие собранного и структурированного материала требованиям дисциплины и компетенции в полном объеме при выполнении кейс заданий и лабораторных заданий	Вопросы к экзамену (часть 1 в.1-22, часть 2 в.1-22) Опрос (в.1-34) Реферат (т.1-18) Кейс – задача (з.1-4) Лабораторные задания (з.1-4)

владеть опытом разработки стратегии развития бизнеса и осуществлять оценку эффективности реализации стратегии с использованием информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	обрабатывает и структурирует базы данных по анализу технологического процесса на основе стратегии продвижения проектов в профессиональной деятельности с использованием ИКТ	использование информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов в полном объеме в целях выполнения кейс заданий и лабораторных заданий.	Вопросы к экзамену (часть 1 в.1-22, часть 2 в.1-22) Кейс – задача (з.1-4) Лабораторные задания (з.1-4)
---	---	--	--

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

- 84-100 баллов (оценка «отлично»)
- 67-83 баллов (оценка «хорошо»)
- 50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)
- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)

2. 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

Вопросы к экзамену Часть 1 (теоретическая)

1. Сравнение экономики и системы менеджмента развитых стран.
2. Философия фирмы, бизнеса, деятельности в разных странах и регионах.
3. Отличия менталитетов и культур наций и их влияние на менеджмент.
4. Отображение: менталитет- система менеджмента.
5. Методика проектирования системы менеджмента, адекватной менталитету.
6. Организация американского производства
7. Управление персоналом в США. Управляемость американских компаний.
8. Менеджмент европейских компаний Особенности западноевропейского менеджмента.
9. Национальный характер и японский менеджмент.
10. Сравнение американского и японского менеджмента.
11. Особенности российского менталитета. Характеристики российского менеджмента.
12. Методика формирования команды. Суть новой парадигмы управления
13. Сравнение технологий современного менеджмента в разных странах.
14. Наиболее эффективные современные практики менеджмента.
15. Эффективность современного менеджмента.
16. Особенности деятельности менеджера на основе учета культурных ценностей
17. Ситуационное и эволюционное управление в разных системах менеджмента.
18. Особенности национальных систем менеджмента.
19. Международный маркетинг как инструментальный активной торговой деятельности фирмы на глобальном мировом рынке.
20. Глобализация мира: черты и формы проявления.

21. Международный маркетплейс - объект и субъект международного менеджмента в глобальной экономике
22. Технологии вхождения компании на зарубежные целевые рынки. Международные стратегии

Часть 2 (практическая)

1. Функционирования маркетплейса Amazon, история, стратегия, конкуренты, анализ развития.
2. Функционирования маркетплейса eBay, история, стратегия, конкуренты, анализ развития.
3. Функционирования маркетплейса Zalando, история, стратегия, конкуренты, анализ развития.
4. Функционирования маркетплейса Etsy, история, стратегия, конкуренты, анализ развития.
5. Функционирования маркетплейса Shopify, история, стратегия, конкуренты, анализ развития.
6. Функционирования маркетплейса Walmart, история, стратегия, конкуренты, анализ развития.
7. Функционирования маркетплейса Alibaba, история, стратегия, конкуренты, анализ развития.
8. Функционирования маркетплейса Aliexpress, история, стратегия, конкуренты, анализ развития.
9. Функционирования маркетплейса Allegro, история, стратегия, конкуренты, анализ развития.
10. Модель «Даймонд» Майкла Портера. Составить на примере любой страны.
11. Шесть детерминант определения конкурентоспособности экономики стран по теории Портера. Описать на примере любой страны.
12. Группы данных при подготовке "Досье на страну". Составить досье любой страны.
13. Провести анализ маркетплейса Amazon
14. Провести анализ маркетплейса eBay
15. Провести анализ маркетплейса Zalando
16. Провести анализ маркетплейса Etsy
17. Провести анализ маркетплейса Shopify
18. Провести анализ маркетплейса Walmart
19. Провести анализ маркетплейса Allegro
20. Провести анализ маркетплейса Alibaba
21. Решить кейс-задачу «Как выбрать маркетплейс» на примере любого международного маркетплейса
22. Решить кейс-задачу «Выход на международный маркетплейс» на примере любого международного маркетплейса

Экзаменационный билет содержит три вопроса: один из теоретической части (40 баллов) и два из практической (по 30 за каждый вопрос, максимально 60 баллов).

Критерии оценки:

Промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно -рейтинговой системы в 100-балльной шкале.

- 84-100 баллов (оценка «отлично») - изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике,

грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;

- 67-83 баллов (оценка «хорошо») - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;

- 50-66 баллов (оценка удовлетворительно) - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;

- 0-49 баллов (оценка неудовлетворительно) - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы».

Вопросы для устного опроса

1. Глобализация как магистральное явление современного мира: черты и формы проявления.
2. Экономический смысл глобализации, глобализация как высшая стадия интернационализации.
3. Сущность, виды и цели международного менеджмента и особенности e-commerce.
4. Понятие «международная компания» и характеристики их основных типов
5. Стили поведения фирм на международном рынке
6. Способы вхождения на зарубежный рынок в зависимости от характеристик конкретной области товарно-рыночного положения
7. Сравнительная характеристика альтернатив вхождения на зарубежный рынок
8. Социокультурное сечение среды международного маркетинга
9. Шесть детерминант определения конкурентоспособности экономики стран по теории Портера
10. Опишите группы данных при подготовке "Досье на страну"
11. Директивы для культурного анализа. Директивы для экономического анализа. Директивы для аудита рынка и конкурентного анализа
12. Определение и виды международных маркетинговых стратегий
13. Оценка стратегических возможностей компании относительно различных конкурентов (базовые, конфронтационные, кооперационные и инновационные стратегии)
14. Концептуальная основа для анализа, выработки и формирования международной маркетинговой стратегии (стратегические измерения, стратегический процесс, определение задач, разработка планов, ресурсное обеспечение)
15. Распределение стран по факторам конкурентоспособности
16. Сравнительные характеристики национальных культур
17. Культурная среда в международном менеджменте.
18. Идентификация наднациональных сегментов
19. Концепция конкурентоспособности в международном менеджменте.
20. Система ценности в международном бизнесе.
21. Модель «Даймонд» Майкла Портера.
22. Шесть детерминант определения конкурентоспособности экономики по теории Портера
23. Выделите особенности базы данных при подготовке "Досье на страну".
24. Директивы для культурного анализа.
25. Директивы для экономического анализа.
26. Опишите сущность директив аудита рынка и конкурентного анализа.

27. Оценка стратегических возможностей компании относительно различных конкурентов.
28. Концептуальная основа для анализа, выработки и формирования международной маркетинговой стратегии.
29. Распределение стран по факторам конкурентоспособности.
30. Сравнительные характеристики национальных культур.
31. Распределение стран по факторам конкурентоспособности.
32. Сравнительные характеристики национальных культур.
33. Исследование входных и выходных барьеров зарубежных рынков.
34. Выделите особенности системы CRM в современных меркетплейсах.

Критерии оценивания:

Проводится два опроса два опроса за семестр.

Максимальная сумма баллов по устному опросу 20 баллов (по 10 за каждый вопрос) за семестр.

Оценка «10 баллов» выставляется, если студент полно и лаконично ответил на вопрос с использованием лекций, дополнительной литературы и информационных бах данных, ответ подкреплён современными примерами. Ответ полностью соответствует компетенциям дисциплины.

Оценка «9–7 балла» выставляется, если нет достаточного обоснования ответа, но студент использовал доступные литературные источники, представлен обзор примеров и пояснены основные термины и/или при верном изложении ответа допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений, и, возможно, приведшая к неверному ответу. Ответ частично соответствует компетенциям дисциплины.

Оценка «6–3 балла» выставляется, если на поставленный вопрос дан неполный – частичный ответ, не подкреплённый дополнительной информацией.

Оценка «3-0 баллов» выставляется, если на вопрос отсутствует ответ и/или ответ не относится к поставленному вопросу, не соответствует компетенциям дисциплины.

Темы рефератов

1. Глобализация как магистральное явление современного мира: черты и формы проявления.
2. Экономический смысл глобализации, глобализация как высшая стадия интернационализации
3. Сущность, виды и цели международного менеджмента
4. Среда международного менеджмента. Общая характеристика
5. Социокультурное сечение среды международного менеджмента
6. Экономическая среда международного маркетинга
7. Разработка международной маркетинговой стратегии
8. Функции и стратегии международного маркетинга и менеджмента фирмы
9. Кросс-культурные особенности ведения бизнеса в разрезе науки тайм-менеджмента
10. Управление временем в интернациональной компании
11. Новая модель менеджмента в международном менеджменте
12. Причины неудачливости и отставания в бизнесе как источник эффективного выстраивания международного менеджмента.
13. Сущность и виды современного международного маркетинга в условиях снижения глобализации.
14. Экономическая среда маркетинговой деятельности в условиях глобализационного кризиса.
15. Проблемы глобализации для маркетинговой деятельности предприятий с узкой специализацией

16. Разработка маркетинговой стратегии в условиях глобализации и антиглобализации
17. Новая парадигма маркетинговой деятельности в условиях глобализации и кризиса экономических систем.
18. Факторы, формирующие маркетинговую деятельность в условиях перехода на видимые глобальные рынки.

Критерии оценивания:

Выполняется два реферата за семестр.

Максимальная сумма баллов за семестр - 20 баллов, по 10 баллов за один реферат.

8-10 баллов выставляется, если студент полно и лаконично осветил тему реферата, с использованием лекций, дополнительной литературы и информационных баз данных, ответ подкреплён современными примерами. Реферат полностью соответствует компетенциям дисциплины.

5-7 баллов выставляется, если нет достаточного обоснования в реферате, но студент использовал доступные литературные источники, представлен обзор примеров и пояснены основные термины и/или при верном изложении темы реферата допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений, и, возможно, приведшая к неверному ответу. Реферат частично соответствует компетенциям дисциплины.

3-4 балла выставляется, если реферат выполнен не полностью, не подкреплён дополнительной информацией.

0-2 балла выставляется, если реферат отсутствует и/или не относится к поставленной теме, не соответствует компетенциям дисциплины.

Кейс – задачи (КЗ)

Кейс – задача 1 «Досье на страну»— руководство для разработки маркетинг-плана»

На примере самостоятельно выбранной страны составить досье на страну:

1. Шесть детерминант определения конкурентоспособности экономики стран по теории Портера
2. Группы данных при подготовке "Досье на страну"
3. Директивы для культурного анализа
4. Директивы для экономического анализа
5. Директивы для аудита рынка и конкурентного анализа
6. Директивы для предварительного маркетинг-плана

Кейс-задача 2 «Анализ маркетплейса»

Проанализировать международный маркетплейс по следующим критериям:

Критерий	Результат (пример заполнения)
Посещаемость, в месяц, уникальных пользователей:	
Тематика	универсальная.
Стандартная комиссия	19%
Кто может продавать	ИП, ООО, самозанятые.
Вид обслуживания	FBO, FBS
Периодичность выплат	раз в 2 недели.

Для анализа можно взять один из крупнейших МП (Etsy, eBay, Amazon) или выбрать самостоятельно

Кейс-задача 3 «Как выбрать маркетплейс»

Изучите, сколько активных пользователей имеет маркетплейс, как можно на него выйти, какие категории товаров наиболее популярны. Площадки также имеют свои правила выплаты комиссий за размещение товаров и продажи.

У каждого маркетплейса своя специфика. Так, Etsy фокусируется на уникальных товарах ручной работы (аксессуары, художественные произведения, одежда hand-made, товары для творчества), а на Amazon представлены товары всех возможных категорий — от электроники до товаров для косплея.

Проверьте, насколько популярны похожие на ваши товары на маркетплейсах. Для этого воспользуйтесь поиском на самих площадках или специальными сервисами аналитики: для Amazon это Helium10, для Etsy — eRank.

Анализ конкурентов

Когда вы определитесь с маркетплейсом, на который хотите выйти, проанализируйте ваших конкурентов по товарной категории. Так вы сможете установить адекватные цены и подготовить качественные карточки товаров.

Обратите внимание на оформление листингов (наименование товара, описание, фотографии), ценовую политику и наполненность выдачи по вашему товару. Как правило, на первой странице поиска вы найдете примерных продавцов с хорошими отзывами, правильно заполненными листингами и высоким уровнем продаж.

Выбор логистической службы для отправки товаров

На продажи влияет скорость доставки и возможность выбор из нескольких опций. Доставка в срок увеличит рейтинг вашего магазина и поспособствует получению позитивных отзывов.

Что нужно для успешных продаж на маркетплейсах

После выбора площадки, способа выхода на нее и анализа конкурентов, время задуматься о грамотном оформлении лица вашего товара — листинга, или карточки товара.

Как заполнить карточку товара

Для удачной продажи важно позаботиться о том, как будет выглядеть ваше объявление: какой будет заголовок, что будет написано в описании, как сфотографирован товар и т.д. Все это поможет покупателю быстрее найти ваш товар и остановить свой выбор на нем.

Чтобы покупатель смог найти ваш товар и выбрать его среди других, следуйте следующим правилам:

Напишите понятный заголовок — название товара. В этом вам поможет анализ конкурентов и выдачи выбранной площадки. Учитывайте требования маркетплейса к заголовкам: как правило, они должны быть короткими.

Создайте максимально подробное описание: включите все возможные запросы пользователей, по которым ваш товар могут найти. Укажите характеристики товара: размер, цвет, вес и другие важные детали — это сильно влияет на отображение в выдаче.

Сделайте фотографии товаров. Покупатели в первую очередь обращают внимание на фото, поэтому постарайтесь сделать их яркими. Важно, чтобы изображения были четкими и показывали товар с разных сторон. В качестве фона лучше выбрать нейтральные светлые оттенки, если товар не белый — в таком случае их лучше показать на контрастном фоне.

Информация о доставке и оплате

Универсальный и безопасный способ оплаты, привычный западным покупателям — PayPal. Укажите срок обработки заказа: лучше написать максимальный срок, за который вы точно успеете обработать заказ и передать его на доставку. При этом чем меньше срок доставки, тем больше преимуществ перед конкурентами.

Желательно иметь несколько опций доставки на выбор покупателя. Например, вы можете включить и бесплатную доставку, и опцию ускоренной отправки. Не забудьте про условия возврата — здесь также необходимо выбрать максимальный срок обработки возврата (например, 30-60 дней). Выберите тип возврата — обмен или возврат денежных средств — и укажите, кто его оплатит, а также условия возврата.

Что делать после размещения на площадке

Не забывайте об улучшении карточек товаров. Старайтесь обновлять описание, заголовки и фото, если ваш товар стал хуже отображаться в поиске.

Кейс задача 4 «Выход на международный маркетплейс».

Выбрать один из международных маркетплейсов и описать алгоритм действий по выходу компании.

- 1 Регистрация и настройка профиля.
- 2 Оптимизация листингов продуктов.
- 3 Продвижение и реклама.
- 4 Контроль над отзывами и рейтингом.
- 5 Улучшение обслуживания клиентов.
- 6 Мониторинг и анализ данных.

Критерии оценивания:

Выполняется три кейса за семестр.

Максимальная сумма баллов за семестр - 30 баллов, по 10 баллов за одно кейс-задачу.

8-10 баллов выставляется, если студент полно и лаконично решил КЗ, с использованием лекций, дополнительной литературы и информационных баз данных, ответ подкреплен современными примерами. КЗ полностью соответствует компетенциям дисциплины.

5-7 баллов выставляется, если нет достаточного обоснования в КЗ, но студент использовал доступные литературные источники, представлен обзор примеров и пояснены основные термины и/или при верном изложении темы КЗ допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений, и, возможно, приведшая к неверному ответу. КЗ частично соответствует компетенциям дисциплины.

3-4 балла выставляется, если КЗ выполнено не полностью, не подкреплёно дополнительной информацией.

0-2 балла выставляется, если КЗ отсутствует и/или не относится к поставленной теме, не соответствует компетенциям дисциплины.

Лабораторные задания (ЛЗ)

Лабораторное задание 1. Факторы развития систем менеджмента в разных странах.

Агентная модель взаимодействия представителей отдельных культур и управление фирмой. Правила взаимодействия агентов при управлении современной фирмой по экономическим критериям. Методы поиска согласованного решения проблем. Примеры формализации агентных взаимодействий. Мультиагентные системы в менеджменте и их применение. Примеры мультиагентных систем. Решение задач по формированию правил взаимодействия агентов с разными культурами.

Лабораторное задание 2. Анализ свойств и особенностей национальных систем менеджмента. Решение задач организационного развития на основе учета культурных преобразований. Применение метода ЭЛЕКТР для сравнительного анализа национальных систем менеджмента.

Лабораторное задание 3. Методика проектирования системы менеджмента, адекватной менталитету. Построение таблиц отображения черт менталитета на характеристики менеджмента. Построение основных характеристик российского менеджмента.

Лабораторное задание 4. Исследуйте на основе статистических данных влияние факторов развития системы менеджмента страны на ее экономическое развитие.

Выберите статистические данные по США, Англии, Франции, Китаю, Сингапуру, постройте таблицы данных для 10-15-летнего периода, рассчитайте корреляцию стоимости ОПФ, числа занятых, ВВП, выработки ВВП на человека и показателей системы менеджмента (численность управленцев, расходы на управление, образование, науку, технологии, культуру, индекс развития человеческих ресурсов, индекс экономики знаний, индекс счастья, рейтинги страны), найдите спецификации уравнений связи для этих стран, сравните их, сделайте выводы.

Последовательность решения:

1. Аргументация факторов
2. Построение (при необходимости) графического описания проблемы (диаграмм, графиков, презентаций)
3. Проведение расчетов
4. Формирование выводов

Критерии оценивания:

Выполняется три лабораторных задания за семестр.

Максимальная сумма баллов за семестр - 30 баллов, по 10 баллов за одно задание.

8-10 баллов выставляется, если студент полно и лаконично решил ЛЗ, с использованием лекций, дополнительной литературы и информационных баз данных, ответ подкреплен современными примерами. ЛЗ полностью соответствует компетенциям дисциплины.

5-7 баллов выставляется, если нет достаточного обоснования в ЛЗ, но студент использовал доступные литературные источники, представлен обзор примеров и пояснены основные термины и/или при верном изложении темы ЛЗ допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений, и, возможно, приведшая к неверному ответу. ЛЗ частично соответствует компетенциям дисциплины.

3-4 балла выставляется, если ЛЗ выполнено не полностью, не подкреплено дополнительной информацией.

0-2 балла выставляется, если ЛЗ отсутствует и/или не относится к поставленной теме, не соответствует компетенциям дисциплины.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в билете – 3. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия;

В ходе лекционных занятий рассматриваются основные теоретические вопросы функционирования международных маркетплейсов и формулируются элементы знаний и предметная область управления организацией, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовки к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки решения задач организации управления, проведения организационной экономической и финансовой диагностики среды для разработки стратегии международного маркетплейса, определения типа адекватной для организации структуры управления, организации эффективного функционирования предприятия.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент может:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций по предложенному преподавателем учебнику.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса, решения лабораторных заданий и кейс – задач. В ходе самостоятельной работы каждый студент может прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Методические рекомендации по написанию реферата, требования к оформлению

Порядок подготовки реферата:

- изучение требований программы дисциплины;
- формулировка цели и задач практического занятия;
- разработка плана проведения практического занятия;
- подбор заданий и вопросов для проведения занятия;
- обеспечение практического занятия методическими материалами,
- техническими средствами обучения;
- определение методов, приемов и средств поддержания интереса,
- внимания, стимулирования творческого мышления студентов.

Реферат должен быть нацелен на получение навыков и применения методов теории организации.

1. Вводная часть:

- сообщение темы и цели;
- обобщение теоретических знаний, необходимых для освоения материала.

2. Основная часть:

- разработка плана проведения занятия;
- обзор методов решения практических задач;
- решение практической задачи преподавателем и студентами,

анализ материалов презентации, заслушивание докладов и эссе;

- ответы докладчиков и обсуждение проблемных вопросов.

3. Заключительная часть:

- обобщение и систематизация полученных результатов;

- подведение итогов практического занятия и оценка работы студентов.

Реферат должен быть набран на компьютере (размер шрифта - 14; интервал - 1,5; поля: слева - 2 см, справа - 2 см, сверху и снизу - по 2 см), и правильно оформлен.