

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Каждый студент заочной формы обучения в процессе изучения дисциплины «Международный маркетинг» выполняет контрольную работу, состоящую из двух заданий.

В текстовой части необходимо достаточно полно осветить вопросы теории и практики международного маркетинга.

Приступая к выполнению контрольной работы, следует подобрать необходимую литературу по соответствующей теме, не ограничиваясь изучением лишь обязательной литературы. Рекомендуется использовать текущие публикации и приводить при необходимости фактические примеры и данные, применяя в обязательном порядке практические материалы своего или иного предприятия (организации).

Использованные в работе цифровые данные, цитаты, конкретные материалы в обязательном порядке сопровождаются указанием на источник, из которого они взяты.

Не допускается дословное переписывание текста из литературы либо любых других источников.

В зависимости от начальной буквы фамилии студенты выполняют следующие варианты контрольной работы:

Начальная	Вариант	Начальная	Вариант
А, Б	1	Э,Ю, Я	10
В, Г	2		
Д, Е, Ж	3		
З, И, К	4		
Л, М, Н	5		

О, П, Р	6		
С, Т, У	7		
Ф, Х, Ц	8		
Ч, Ш, Щ	9		

Контрольная работа высылается на кафедру. Срок проверки работы преподавателем 7 дней со дня регистрации, исключая выходные и праздничные дни.

### **Контрольная работа 1**

1. Определение условий выхода предприятия на внешний рынок.
2. Виды барьеров при выходе на международные рынки.

### **Контрольная работа 2**

1. Смысл основных этапов оценки и выбора международного рынка.
2. Роль культурной среды в международном маркетинге.

### **Контрольная работа 3**

1. Особенности продвижения товара на международные рынки.
2. Виды таможенных тарифов и платежей.

### **Контрольная работа 4**

1. Особенности международного маркетинга.
2. Основные причины колебания цен на международном рынке.

### **Контрольная работа 5**

1. Особенности клирингового соглашения.
2. Принципы и концепция международных рекламных мероприятий.

### **Контрольная работа 6**

1. Приведите конкретный пример стратегии фирмы на международном рынке.
2. Основные показатели эффективности внешнеэкономической деятельности.

### **Контрольная работа 7**

1. Способы выхода предприятия на международные рынки.
2. Приведите пример последовательной сегментации международного рынка.

### **Контрольная работа 8**

1. Специфика экономических расчетов при купле-продаже лицензий.
2. Особенности средств коммуникаций в международном маркетинге.

### **Контрольная работа 9**

1. Особенности форм ценообразования в международном маркетинге.
2. Основные принципы управления в международном маркетинге.

### **Контрольная работа 10**

1. Совместное предпринимательство на международных рынках.
2. Деятельность транснациональных компаний (ТНК)

### **Рекомендуемая литература (основная):**

1. Международный маркетинг: учебное пособие для вузов/ А. С. Буров. - 2-е изд.. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2005. - 284 с.
2. Международный маркетинг: Учеб.пособие/ ред.ВасильеваГ.А.. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. - 199 с.
3. Основы внешнеэкономической деятельности./Ленчевский И.Ю., А.Х. Заверюха,Н.И. Зубова.. - Москва: Колос,, 1995.. - 176 с.
4. Основы международного бизнеса: [организационные основы, инфраструктура, тактика и стратегия]: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальностям "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Мировая экономика"/ М. В. Чиненов. - Москва: КноРус, 2009. – 302.

### **Дополнительная литература:**

1. Агрессивный маркетинг. Как увеличить свой доход, расправившись с затратами/ Й. Спэлстра ; авт. предисл. М. Кьюбан ; пер. с англ А. Буланова. - СПб.: Питер, 2005. - 256 с.
2. Современный маркетинг : Настольная книга по исследованию рынка: учебное пособие по маркетингу для студентов вузов гуманитарного профиля и учреждений дополнительного образования/ В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева. - Изд. 3-е, перераб. и доп.. - Москва: Финансы и статистика, 2005. - 560 с.
3. Маркетинговые исследования с SPSS: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Маркетинг"/ Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик. - Москва: ИНФРА-М, 2009. - 158, [1] с.

4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник для вузов/ ред. Алексунин В.А.. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2002. - 614 с.
5. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятий г. Якутска, перерабатывающих молочную продукцию. - Якутск, 2001. - 32 с.
6. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: учебник / Е. П. Голубков. - 3-е изд., перераб. и доп.. - М.: Финпресс, 2003. - 496 с.
7. Маркетинг сельскохозяйственной продукции: научное издание/ Ричард Л. Колз, Джозеф Н. Ул ; пер. с англ. В. Г. Долгополова. - 8-е изд.. - Москва: Колос, 2000. - 512 с.
8. Маркетинг: ситуации и примеры:/ Моррис.. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ,, 1994.
9. Агрорыкетинг: Учеб. пособие/ Ю. А. Цыпкин, А. Н. Люкшинов. - Москва: Колос, 1999. - 310 с.
10. Практикум по маркетингу: Ситуационные задачи и тест-контроль/ Крылова Г.Д., Соколова М.И.. - Москва: Банки и биржи, 1995. - 240 с.