ФГАОУ ВО «МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ) МИД РОССИИ»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ДИПЛОМАТИИ

«УТВЕРЖДАЮ»
Первый проректор

Г.П. Толстопятенко

«25» марта 2026 г.

Программа государственной итоговой аттестации по итоговому государственному междисциплинарному экзамену по направлению подготовки и подготовке к защите и защите выпускной квалификационной работы (для обучающихся 2026 года набора)

Направление подготовки
38.04.02 Менеджмент
(шифр, название направления)

Наименование магистерской программы
Стратегический менеджмент международных минерально-сырьевых компаний (совместно с НИТУ МИСИС)
(название программы)

Квалификация - *Магистр*

Форма обучения
очная
(очная, очно-заочная и др.)

Москва – 2026

Программа государственной итоговой аттестации по итоговому государственному междисциплинарному экзамену по направлению подготовки и подготовке к защите и защите выпускной квалификационной работы составлена в соответствии с требованиями Образовательного стандарта высшего образования МГИМО МИД России (далее – ОС ВО МГИМО МИД России) второго поколения (на основе ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного решением Ученого совета МГИМО МИД России от 13 июня 2019 года № 13/19 в ред. от 17.12.2020 г.

Содержание

	стр.
1. Общие положения	4
2. Место государственной итоговой аттестации в учебном плане	4
3. Объем, структура и содержание государственной итоговой аттестации	4
4. Итоговый государственный междисциплинарный экзамен по направлению подготовки	5
4.1. Перечень результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	5
4.2. Рекомендации обучающимся по подготовке к итоговому государственному междисциплинарному экзамену	11
4.3. Фонд оценочных средств для проведения итогового государственного междисциплинарного экзамена	26
4.4. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для подготовки к итоговому государственному междисциплинарному экзамену	31
4.5. Описание материально-технической базы, обеспечивающей проведение итогового государственного междисциплинарного экзамена	38
4.6. Иные сведения и (или) материалы	38
5. Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы	38
5.1. Перечень результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	38
5.2. Рекомендации обучающимся подготовке к защите выпускной квалификационной работы	41
5.3. Фонд оценочных средств для проведения защиты выпускной квалификационной работы	41
5.4. Описание материально-технической базы, обеспечивающей проведение защиты выпускной квалификационной работы	44
5.5. Иные сведения и (или) материалы	44
Лист регистрации внесенных изменений	45

1. Общие положения

1.1. Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) по направлению подготовки в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования МГИМО МИД России.

1.2. Видами итоговых аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации выпускников МГИМО являются:

- итоговый государственный междисциплинарный экзамен по направлению подготовки;

- защита выпускной квалификационной работы.

1.3. Итоговые аттестационные испытания государственной итоговой аттестации осуществляются в соответствии с Положением о государственной итоговой аттестации выпускников Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации», утвержденным приказом по Университету от 9 июня 2016 года № 403.

2. Место государственной итоговой аттестации в структуре основной профессиональной образовательной программы

Государственная итоговая аттестация проводится на 2 курсе в 4 семестре *(в соответствии с учебным планом)* по итогам освоения ОПОП.

3. Объем, структура и содержание государственной итоговой аттестации

Общая трудоемкость (объем) государственной итоговой аттестации по итоговому государственному междисциплинарному экзамену по направлению подготовки и защите выпускной квалификационной работы составляет 9 зачетных единиц (ЗЕ), 378 академических часов.

4. Итоговый государственный междисциплинарный экзамен по направлению подготовки

4.1. Перечень результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения:

Коды компетенции	***Содержание компетенций***	***Индикаторы достижения компетенций***
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1. Знать виды, методы и концепции критического анализа. ИУК-1.2. Уметь применять виды, методы и концепции критического анализа при выработке плана действий в проблемных ситуациях. ИУК-1.3. Владеть основными принципами, определяющими цель и стратегию решения сложных ситуаций.
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Знать организационные и технологические методы, принципы и инструменты, используемые в проектной работе; методы, критерии и параметры представления, описания и оценки результатов/продуктов проектной деятельности. ИУК-2.2. Уметь разрабатывать техническое задание проекта, его план-график; составлять, проверять и анализировать проектную документацию; составлять и представлять результаты проекта в виде отчетов, статей, выступлений на конференциях; организовывать и координировать работу участников проекта. ИУК-2.3. Владеть навыками эффективной организации и координации этапов реализуемого проекта с целью достижения наилучшего результата при балансировании между объемом работ и ресурсами.
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для	ИУК-3.1. Знать основные правила и условия для организации эффективной командной работы; базовые принципы, определяющие план действий для достижения поставленной цели. ИУК-3.2. Уметь осуществлять руководство членами команды, распределяя и делегируя полномочия между ними для достижения наиболее быстрого и лучшего результата.

	достижения поставленной цели	ИУК-3.3. Владеть навыками грамотной и эффективной организации, координации и руководства командным взаимодействием при решении профессиональных задач для достижения поставленной цели.
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Знать основные принципы и правила деловой, академической и профессиональной этики; основные средства информационно-коммуникационных технологий. ИУК-4.2. Уметь грамотно, четко и доступно излагать в письменной и/или устной форме научную и профессиональную информацию на русском и иностранном(-ых) языках; создавать письменные тексты официально-делового и научного стилей речи на русском и иностранном(-ых) языках при изложении профессиональных вопросов; редактировать и корректировать официально-деловые, научные и профессиональные тексты на русском и иностранном(-ых) языках; использовать современные информационно-коммуникационные технологии для академического и профессионального взаимодействия. ИУК-4.3. Владеть навыками эффективной устной и письменной коммуникацией в процессе академического и профессионального взаимодействия на русском и иностранном(-ых) языках, в том числе с использование современных информационно-коммуникационных технологий.
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Знать основные концепции, трактовки и компоненты понятий «культура» и «межкультурные коммуникации». ИУК-5.2. Уметь коммуницировать и создавать официально-деловые, научные и профессиональные тексты, учитывая цивилизационные, национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности аудитории/собеседника/оппонента. ИУК-5.3. Владеть навыками и приемами эффективной межкультурной коммуникации, основанной на знании разнообразия культур.
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИУК-6.1. Знать основы, направления, источники и способы совершенствования профессиональной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста и требований рынка труда. ИУК-6.2. Уметь правильно формулировать цели, задачи и планировать время для профессионального развития и карьерного роста с учетом условий, средств, личностных

		возможностей, и требований рынка труда; оптимально использовать собственные ресурсы и возможности для успешной профессиональной деятельности; критически оценивать собственные ресурсы и возможности для успешной профессиональной деятельности. ИУК-6.3. Владеть навыками и приемами определения, планирования, реализации и совершенствования профессиональной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста и требований рынка труда.
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления.	ИОПК-1.1. Обладает фундаментальными знаниями в области стратегического менеджмента и международного бизнеса. ИОПК-1.2. Умеет использовать фундаментальные знания в области стратегического менеджмента, маркетинга и финансов для решения прикладных и/или исследовательских задач. ИОПК-1.3. Владеет навыками выбора оптимальных методов решения практических и исследовательских задач на основе фундаментальных экономических знаний.
ОПК-2	Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач.	ИОПК-2.1. Владеет навыками осуществлять поиск, анализ и оценку макроэкономической и иной профессионально значимой информации, в том числе в страновом и региональном разрезе. ИОПК-2.2. Способен проводить анализ и моделирование процессов управления с целью оптимизации деятельности организации включая современные цифровые системы и методы.
ОПК-3	Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-	ИОПК-3.1. Умеет анализировать международные тенденции, эффективно работать в рыночных условиях, принимать компетентные управленческие решения, продвигая интересы России и российского бизнеса на мировой арене;

	управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.	ИОПК-3.2. Способен компетентно выстраивать коммуникацию с партнерами, исходя из целей и ситуации общения, определяя и реагируя соответствующим образом на культурные, языковые и иные особенности, влияющие на профессиональное общение и результаты переговоров; ИОПК-3.3. Умеет логично и системно формулировать и обосновывать организационно-управленческие решения в сфере стратегического менеджмента и международного бизнеса, определяя процесс их реализации и прогнозируя оценку результативности.
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций.	ИОПК-4.1. Способен создавать проектные команды и временные рабочие группы в целях реализации проектов в сфере российского и международного бизнеса и осуществлять руководство их деятельностью. ИОПК-4.2. Владеет навыками аргументированного убеждения в поддержку предлагаемых организационно-управленческих решений в сфере менеджмента российского и международного бизнеса. ИОПК-4.3 Обладает навыками контроля за результатами выполнения принимаемых организационно-управленческих решений и оценки их результативности. ИОПК-4.4 На основе современных методов и матричных моделей способен разрабатывать оптимальные стратегии развития бизнеса организации, планировать инновационные преобразования и реформы в области менеджмента.
ОПК-5	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.	ИОПК-5.1. Способен разрабатывать план прикладного и/или фундаментального исследования в области менеджмента и международного бизнеса на основе оценки и обобщения результатов научных исследований, проведенных отечественными и зарубежными исследователями. ИОПК-5.2. Компетентен готовить содержательные исследовательские труды, в том числе в виде магистерской диссертации и других работ, а также аналитических статей, практических записок по результатам прикладного и/или фундаментального исследования в области

		стратегического менеджмента и международного бизнеса. ИОПК-5.3. Обладает навыками обобщения и формулирования выводов, разработки рекомендаций по результатам прикладного и/или фундаментального исследования в области стратегического менеджмента, российского и международного бизнеса.
ПК-1	Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников и проектами.	ИПК-1.1. Умеет формулировать и решать сложные управленческие задачи, в том числе в условиях турбулентности и неопределенности международной среды. ИПК-1.2. Владеет навыками корпоративного и стратегического управления.
ПК-2	Способен разрабатывать корпоративную стратегию.	ИПК-2.1. Знает современные рыночные стратегии оптимизации развития компании. ИПК-2.2. Разрабатывает стратегии развития компании; осуществляет стратегическое и операционное управление компанией.
ПК-3	Способен разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию.	ИПК-3.1 Знает современные организационные структуры компаний и основные направления их оптимизации. ИПК-3.2 Владеет навыками разработки программ организационного развития компаний в условиях цифровизации международного бизнеса.
ПК-4	Способен руководить и работать в многонациональ-ном коллективе	ИПК-4.1 Компетентен выстраивать эффективные модели взаимодействия в профессиональной среде по месту работы, в том числе в многонациональном коллективе; ИПК-4.2. Знает основные концепции и методы руководства и лидерства в коллективе, владеет методами кросскультурного анализа; ИПК-4.3. Способен выполнять функции ответственного исполнителя или руководителя со знанием иностранных языков в подразделениях организаций и в проектных группах, в том числе мультикультурного профиля, включая их создание и сопровождение в ходе реализации управленческих решений, программ и проектов.
ПК-5	Способен использовать современные научно-прикладные методы для проведения исследований и	ИПК-5.1. Умеет определять задачи аналитических исследований в области стратегического менеджмента и международного бизнеса с целью подбора оптимального метода анализа. ИПК-5.2. Владеет алгоритмами отбора методов аналитической работы с информацией в контексте деятельности международного бизнеса.

	управления бизнес-процессами.	
ПК-6	Способен применять методы экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.	ИПК-6.1 Способен проводить анализ рыночных и финансово-экономических показателей на микро- и макроуровнях, давать оценку и обосновывать прогноз их динамики. ИПК-6.2. Владеет оптимальными приемами и методами отбора информации для проведения соответствующего анализа.
ПК-7	Способен применять методы стратегического анализа.	ИПК-7.1. Знает современные методы стратегического анализа и умеет ими пользоваться. ИПК-7.2. Владеет навыками оценки рыночных показателей и составления прогноза их динамики.
ПК-8	Способен готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами в российских и зарубежных компаниях и оценки их эффективности.	ИПК-8.1. Компетентен проводить анализ и моделирование процессов управления с целью оптимизации деятельности организации; ИПК-8.2. Владеет навыками анализа и обобщения данных для подготовки аналитических материалов по управлению бизнес-процессами и совершенствованию системы построения и развития международного бизнеса компании
ПК-13	Способен обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы.	ИПК-13.1. Выявляет актуальные научные проблемы в сфере стратегического менеджмента и международного бизнеса. ИПК-13.2. Разрабатывает методологический инструментарий научно-практических исследований и аналитической работы.
ПК-14	Способен обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.	ИПК-14.1. Владеет логикой, методами и инструментами проведения научного исследования. ИПК-14.2. Владеет компетенциями согласно тематике научного исследования, составлять поэтапный план его реализации.
ПК-15	Способен проводить самостоятельные исследования в	ИПК-15.1. Проводит исследования, включая эмпирические, в рамках индивидуальных и коллективных научно- исследовательских проектов.

	соответствии с разработанной программой.	ИПК-15.2. Владеет современной методологией проведения научных исследований в сфере стратегического менеджмента и международного бизнеса.
ПК-16	Способен представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (презентации).	ИПК-16.1. Самостоятельно готовит исследовательские тексты (статьи, обзоры, экспертные заключения) с соблюдением современных требований отечественных и зарубежных академических изданий. ИПК-16.2. Готовит качественные презентации результатов научных исследований. ИПК-16.3. Умеет вести научные дискуссии по актуальным научно-практическим вопросам развития международного бизнеса, в том числе на иностранных языках.

4.2. Рекомендации обучающимся по подготовке к итоговому государственному междисциплинарному экзамену по направлению подготовки

Структура итогового государственного междисциплинарного экзамена по направлению подготовки по видам заданий

Элемент ГИА	Перечень контролируемых компетенций	Формы проведения ГИА
Ответ на вопрос	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16	Устный ответ

Содержание государственного междисциплинарного экзамена, структурированное по разделам (темам)

Программа государственного экзамена по дисциплине «Международный маркетинг»

Раздел 1. Методологические основы международного маркетинга

Тема 1.1. Концепция международного маркетинга

Понятие и сущность международного маркетинга как одного из видов маркетинга. Общие и отличительные черты внутреннего и международного маркетинга. Экспортный маркетинг, импортный маркетинг, внешнеторговый маркетинг, маркетинг прямых зарубежных инвестиций, внешнеторговый

маркетинг, международный маркетинг, мультинациональный маркетинг, глобальный маркетинг. Структура международного маркетинга: пассивный и активный механизм международного маркетинга.

История развития международного маркетинга и особенности его формирования в России. Изменения характера международной конкуренции, усиление процессов стратегического планирования. Расширение маркетинга в международном масштабе и усложнение производственно-сбытовых и маркетинговых задач фирмы. Международный маркетинг - условие единой экономической стратегии фирм на внешних рынках и ее оптимизация.

Общие и специфические функции международного маркетинга.

Транснациональные компании и международный маркетинг. Стратегические решения и глобальные цели в международном маркетинге.

Тема 1.2. Глобальный и мультинациональный международный маркетинг.

Мультинациональный международный маркетинг и стратегия адаптации. Преимущества и недостатки мультинационального маркетинга.

Глобальный международный маркетинг и стратегия стандартизации. Преимущества и недостатки глобального международного маркетинга. Экономия издержек и преимущества в международной конкурентной борьбе.

Глобальный маркетинг с частичной адаптацией.

Транснациональные компании и международный маркетинг. Оценка влияния ТНК на развитие международного рынка. Глобальная маркетинговая стратегия ТНК. Стратегические решения и глобальные цели ТНК в международном маркетинге. Аффилированные компании.

Раздел 2. Объекты исследований в международном маркетинге. Их методология и информационное обеспечение.

Тема 2.1. Основные объекты комплексных исследований в международном маркетинге.

Внешняя международная маркетинговая среда.

Мировой рынок, его товарная географическая и фирменная структура. Внешний рынок. Внутренний национальный рынок.

Потребители зарубежных рынков, их предпочтения и мотивы покупки. Покупательские предпочтения в отдельных странах и регионах, специфика запросов иностранных потребителей (потребительских товаров и товаров производственного назначения).

Экспортные (импортные) возможности и потенциал фирмы.

Тема 2.2. Особенности международной маркетинговой среды.

Внешняя макро- и микросреда в международном маркетинге. Международная мультинациональная и глобальная среда. Конкурентная среда и развитие конкуренции в глобальном масштабе.

Факторы внешней и внутренней среды международного маркетинга. Основные факторы международной маркетинговой среды: экономические, научно-технические, финансовые, географические, природные, демографические, культурные, социальные, политические, правовые и др. факторы, влияющие на торговые и инвестиционные модели: экономические, военно-политические, правовые, религиозные.

Адаптация к среде по функциям бизнеса и маркетинга и возможные средства воздействия на нее.

Тема 2.3. Особенности изучения внешних рынков сбыта и запросов иностранных потребителей.

Анализ особенностей внешних рынков сбыта, их объема и перспектив развития. Обзор и прогноз мировых товарных рынков. Большое разнообразие внешних рынков по сравнению с сегментами внутреннего рынка. Суммарный потенциал, неиспользованные резервы внешних рынков. Особенности оценки зарубежных рынков сбыта. Рыночное тестирование.

Культурные и языковые особенности иностранных потребителей и их влияние на международную маркетинговую стратегию фирмы.

Возможности конструирования рынка в международном маркетинге.

Оценка влияния ТНК на развитие международного рынка. Глобальная маркетинговая стратегия ТНК.

Тема 2.4. Особенности международной сегментации и выбора внешних рынков сбыта.

Особенности международной сегментации (емкость, динамика развития, предпринимательские издержки, конкурентные преимущества, степень риска, уровень прибыльности операций др.)

Особенности выбора зарубежных рынков сбыта. Санирование альтернатив. Основные факторы, влияющие на решение о выходе на зарубежный рынок. Стадии принятия решения о целевом рынке за рубежом. Инструментарий сопоставления рынков в страновом разрезе.

Недифференцированный, дифференцированный и концентрированный маркетинг. Выбор и формирование стратегии проникновения. Формы и методы проникновения на внешние рынки. Модель факторов поведения фирмы при выходе на внешние рынки.

Особенности управления зарубежным проектом и управление рисками в зарубежном маркетинге.

Тема 2.5. Информационное обеспечение и методика проведения международных маркетинговых исследований.

Кабинетные исследования в международном маркетинге. Особенности организации кабинетных исследований за границей. Проблемы сопоставления зарубежных статистических данных и основные факторы ошибок. Экспортные маркетинговые исследования и источники вторичной информации.

Полевые исследования в международном маркетинге. Природа основных проблем исследований в международном маркетинге. Методы проведения полевых исследований и их специфика в международном маркетинге.

Изучение покупателей потребительских товаров и товаров производственного назначения. Методика составления проекта (плана) исследований. Процесс исследований и его основные стадии. Требования систематичности исследований.

Формы организации исследований в международном маркетинге. Специализированные агентства маркетинговых исследований и принципы их выбора. Привлечение фирм и организации для зарубежных маркетинговых

исследований. Схема гарантирования успешного выхода фирмы на зарубежный рынок.

Система информационного обеспечения в международном маркетинге.

Тема 2.6. Международный маркетинг и эконометрическая наука.

Экономическая наука в маркетинговых исследованиях, оптимизации, планировании и контроле маркетинговых действий.

Статистические методы в международном маркетинге; методы построения временных рядов (трендов), многофакторный анализ (описательных и прогностические модели), регрессионный анализ. Основные сферы их применения в маркетинге.

Методы оперативных исследований в международном маркетинге: методы линейного программирования, методы нелинейного программирования, методы динамического программирования, методы теории вероятности, методы количественного планирования, сетевые методы, методы теории конкуренции (игр). Основные сферы их применения в маркетинге.

Имитация в международном маркетинге: модель Маркова, метод “Монтекарло” и др. Условия комбинированного использования эконометрических методов. Функции тестирования и эксперимента метода имитации.

Основные компьютерные программы поддержки маркетинговых решений: MIS (management information system), DSS (decision support system), MDSS (marketing decision support system), MSM (market selection model).

Раздел 3. Комплекс маркетинговых мер воздействия на внешний рынок.

Тема 3.1. Товарная политика в системе международного маркетинга.

Международная товарная политика. Оптимизация объема и структуры ассортимента экспортной продукции. Стратегия товарной стандартизации и дифференциации. Основные преимущества и ограничения стратегии модификации продукции, поставляемой за рубеж. Основные преимущества и ограничения стратегии стандартизации продукции, поставляемой за рубеж. Проблемы адаптации и позиционирования товара на зарубежных рынках.

Международный жизненный цикл товара и характеристика его основных стадий.

Международная маркетинговая политика в области выпуска новой продукции и обеспечения высокой международной конкурентоспособности российской продукции. Процесс разработки нового товара в международном маркетинге и факторы его оптимизации.

Маркетинговая политика в области упаковки, маркировки поставляемого за рубеж товара, а также организации сервиса и разработки торговой марки и товарного знака. Жизненный цикл товарного знака. Правовые нормы и языковые особенности отдельных государств.

Международный маркетинг услуг.

Тема 3.2. Ценовая политика в системе международного маркетинга.

Факторы механизации ценообразования и ценовые стратегии на международном маркетинге. Государство и цены. Налогообложение, инфляция, девальвация. Колебания валютных курсов и их влияние на уровень

цен. Ценовая конкуренция на международном рынке. Эластичность спроса. Прайсинговые ориентации на конкуренцию, издержки, спрос. Долгосрочные ценовые цели и долгосрочное планирование цен в международном маркетинге. Ценовая политика “прорыва” и “снятия сливок” при выходе с новым товаром на внешний рынок. Ценовая политика возмещения расходов. Политика ценовой дифференциации и особенностеи ее применения в международном маркетинге. Уровни контроля цен в международном маркетинге. Серый импорт.

Экспортные цены и специфика их формирования. Эффект ценовой эскалации при экспорте. Источник прибыльности экспортных продаж. Ценовая дискриминация на внутреннем и внешнем рынке. Квотирование в валюте экспорта и в иностранной валюте. Демпинг и его виды. Особенности ценообразования при встречной торговле: бартер, компенсационная торговля, соглашения с давальческим сырьем (толлинг), клиринг, сделки “свич”. Цены международного лизинга и лицензий. Особенности ценообразования в финансовых и внешнеторговых зонах.

Решения по внутренним ценам на зарубежном рынке. Контроль цен. Начисления налогов.

Ценовая политика ТНК и международные трансфертные цены. Их механизм действия и финансовые и стратегические аспекты. Меры противодействия их использования со стороны стран, которые недополучают платежи в бюджет.

Тема 3.3. Сбытовая политика в системе международного маркетинга.

Цели и особенности выбора каналов сбыта в международном маркетинге. Дизайн сбытового канала и управление им. Сбытовые каналы между государством и критерии их выбора. Сбытовые каналы в рамках зарубежного государства и критерии их выбора. Контроль и механизм финансирования зарубежных каналов сбыта. Концентрированные и дисперсные каналы сбыта. Сбытовые системы “push” и “pull”. Сложности стандартизации зарубежной сбытовой сети. Стратегии международного сбыта: многоуровневая, селективная, эксклюзивная, интенсивная. Стратегия «аикидо». Специфика выбора каналов и фирм-дистрибьютеров за рубежом. Сегментация распределения. Скрытые затраты на зарубежный сбыт. Организация розничной и оптовой торговли за рубежом.

Косвенный экспорт. Торговые посредники и агенты: функции и принципы выбора. Роль ТПП, банков, торговых ассоциаций, ассоциаций торговых агентств. Виды агентских соглашений. Мотивация работы зарубежных агентств. Международные торговые компании. Торговые дома, универсальные и специализированные торговые фирмы. Торговые филиалы фирм-производителей. Стратегические альянсы в международном бизнесе. Экспортные консорциумы. Правительственные меры стимулирования экспорта.

Управление международным сбытом. Менеджеры по экспорту и специфика их работы. Требования к менеджерам по экспорту. Работа экспертов за рубежом: условия и расходы на их содержание.

Прямой экспорт. Организация розничной торговли. Организация торговых заказов по почте. Зарубежные отделения и филиалы.

Совместное предприятие в международной торговле: лизинг, франчайзинг, промышленная кооперация, контрактное производство, управленческий контракт и особенности сбытовых систем фирм.

Производство за рубежом. Решение об инвестировании и деинвестировании и факторы, их определяющие. Страхование зарубежных инвестиций. Производство в третьих странах. Свободные торговые зоны. Специфика каналов сбыта.

Международная интегрированная логистика и ее модель. Транспортировка и складирование в мировой торговле. Информационно-коммуникационное обеспечение мировой торговли.

Тема 3.4. Коммуникационная политика в системе международного маркетинга.

Комплекс мер по продвижению товара на мировом рынке и его позиционирование в международном маркетинге. Преимущества и недостатки стратегий стандартизации и индивидуализации международных рекламных кампаний. Особенности составления международного рекламного объявления. Международные и национальные средства массовой коммуникации. Специфика их выбора. Выбор зарубежного рекламного агентства. Мультинациональные рекламные агентства. Прямая почтовая реклама. Международные исследования рекламы.

Стимулирование сбыта в международном маркетинге. Пресс-релизы в зарубежных средствах массовой информации. Фирменные знаки, имидж фирмы и национальный имидж.

Международные выставки и ярмарки. Международные шоу. Принципы их организации и процедуры участия.

Тема 3.5. Кадровая политика в системе международного маркетинга.

Требования к руководителю международной маркетинговой службы. Обязанности маркетёров заграничных филиалов. Проблемы рабочих коммуникаций. Местные граждане и экспатрианты. Механизм кадровых перемещений при заграничных операциях. Проблемы ротации. Стратегии переподготовки, обучения и тестирования компетенций.

Поиск и отбор менеджеров по маркетингу. Профессиональные и личностные характеристики. Степень мобильности и проблема стабильности международной рабочей силы. Подготовка и мотивация труда специалистов в области международного маркетинга высокого уровня. Воздействие зарубежных и международных организаций на условия работы и оплату труда маркетологов-международников.

Многонациональная собственность и коллективные трудовые договоры. Развитие системы управления зарубежным персоналом. Мультинациональные коллективы ТНК. Принципы этноцентризма и полицентризма.

Раздел 4. Управление международным маркетингом.

Тема 4.1. Стратегии и программы международного маркетинга.

Разработка и обоснование стратегии международного маркетинга фирмы.

Роль материнской компании и производственных отделений в формировании маркетинговых стратегий.

Стратегии проникновения на зарубежные рынки. Стратегии завоевания и оптимизации рыночной доли. Стратегии инновационного преимущества. Стратегии дифференциации и стандартизации маркетинговых действий на внешних рынках. Стратегии выживания. Стратегии индивидуализации потребителя. Стратегии расширения внешних рынков. Конкурентные стратегии. Стратегии глобализации и регионализации Стратегии последовательного и синхронного маркетинга. Стратегии опережения и отставания («откусанного яблока») в международном маркетинге. Формы согласования маркетинговых стратегий на международном уровне.

Цикл и матрица планирования международного маркетинга. Стратегическая модель долгосрочного и стратегического планирования маркетинга в ТНК. Разработка программы маркетинга по продукту (выведение товара на зарубежный рынок). Ее важнейшие показатели и разделы. Разработка программы маркетинга по производственному отделению. Ее важнейшие показатели и разделы. Особенности составления плана продаж для зарубежного рынка.

Тема 4.2. Организация и контроль международного маркетинга.

Организация международного маркетинга и основные модели ее реформирования. Принципы построения организационной структуры международного маркетинга, ее оптимизация. Экспортный отдел. Международный отдел. Зарубежные отделения. Мультинациональные организации и их маркетинговые структуры. Факторы трансформации. Централизация и децентрализация управления маркетинговой деятельностью: преимущества и недостатки. Специализированные маркетинговые компании международного профиля.

Оценка результатов международной маркетинговой деятельности компании Контроль международной маркетинговой деятельности фирмы и его специфика. Контроль через стандартизацию маркетинговой деятельности. Контроль через формирование единой коммуникационной и информационной системы. Механизм контроля за рисками зарубежного сбыта.

Тема 4.3. Особенности маркетинга в отдельных странах.

Особенности маркетинга в США. Общие сведения. Региональные различия. Маркетинговые исследования. Регулирование импорта. Деятельность Федерального правительства. Деятельность органов местной власти. Торговые агентства и дистрибьютеры. Торговые филиалы и отделения иностранных фирм. Инвестиционный климат. Налоги.

Особенности маркетинга в Германии. Общие сведения. Региональные различия. Регулирование импорта. Стандарты “D.I.N.” Прямые продажи. Торговые агентства. Филиалы и отделения иностранных фирм. Инвестиционный климат. Торговые ярмарки.

Особенности маркетинга в Японии. Общие сведения. Регулирование импорта. Маркетинговые исследования. Особенности традиционной системы розничной и оптовой торговли. Универсальные и специализированные

торговые компании. Филиалы и отделения иностранных компаний. Японская среда бизнеса.

Особенности маркетинга в Бразилии. Общие сведения. Региональные различия. регулирование импорта. Государственная политика. Инфляция. Торговые агентства. Условия создания и функционирования иностранной компании. Уровень прибылей. Инвестиционный климат. Протекционистские меры. Контроль цен.

Особенности маркетинга в России. Особенности возникновения и основные этапы развития. Международный и внутренний (национальный) маркетинг российских фирм и организаций.

Программа государственного экзамена по дисциплине «Методы и инструменты стратегического анализа»

Тема 1. Общие понятия, цели и задачи стратегического анализа.

Определение стратегии компании. Модель элементов стратегического управления. Определение термина «стратегический анализ». Цели и задачи стратегического анализа. Объекты исследования стратегического анализа. Понятие устойчивого конкурентного преимущества компании и рентабельности капитала (ROE). Эволюция подходов к стратегическому анализу исходя из ориентации на концепции источников конкурентного преимущества в стратегическом менеджменте (рыночный и ресурсный подход к стратегии).

Тема 2. Современные подходы к проведению стратегического анализа.

Характеристики современных рынков. Требования к современным моделям и методам стратегического анализа. Схема проведения стратегического анализа. Направленность стратегического анализа на будущие рынки. Внешняя и внутренняя среда компании, их взаимосвязь. Уровни внешней среды компании.

Тема 3. Анализ макрофакторов внешней среды компании и сценарный анализ.

Макрофакторы внешней среды – определение, группы. Цели, задачи и методология проведения PEST-анализа. Использование результатов PEST-анализа для других инструментов стратегического анализа. Сценарный анализ – цели и задачи, методология проведения. Определение оптимального набора сценариев для стратегического анализа, учет рисков кризисных ситуаций. Определение стратегических отраслевых факторов, стратегических факторов выживаемости и ресурсов/способностей, лежащих в их основе.

Тема 4. Отраслевой и конкурентный анализ.

Цели и задачи отраслевого анализа. Анализ отрасли с использованием методики оценки конкурентных сил (5 сил Портера). Основные направления, задачи и методы конкурентного анализа. Построение конкурентного профиля с использованием стратегических отраслевых факторов.

Тема 5. Методы и инструменты внутреннего стратегического анализа.

Определения, характеристики и классификация ресурсов и

организационных способностей организации. Методология оценки активов компании с помощью VRIO-анализа. Проблемы количественной оценки ресурсного портфеля компании. Выявление стратегических активов компании по результатам VRIO-анализа. Ограничения VRIO-анализа.

Тема 6. Корневые и отличительные компетенции, динамические способности компании.

Определение отличительных и корневых компетенций: сходства и различия. Значение корневых компетенций компании при выходе на новые продуктовые рынки. Определение динамических способностей компании. Особенности и характеристики динамических способностей, методы их оценки и развития.

Тема 7. Анализ стратегии компании и определение разрыва в ресурсах и компетенциях организации.

Анализ текущей стратегии компании. Динамический SWOT-анализ как инструмент для определения стратегического отклика компании на реализуемую стратегию. Интеграция методов инструментов в взаимосвязанную модель стратегического анализа. Определение разрывов в портфеле ресурсов и способностей компании (GAP-анализ) и направлений их ликвидации.

Тема 8. Особенности применения методов и инструментов стратегического анализа на практике.

Цели и задачи аналитических структур, основные направления деятельности, отчетность, взаимодействие с другими структурными подразделениями, используемые источники, приобретение первичной информации и т.д. Особенности и ограничения практического применения моделей стратегического анализа.

Программа государственного экзамена по дисциплине «Мировые сырьевые рынки»

Раздел 1. Общая характеристика мировых сырьевых рынков.

Тема 1.1. Специфика мировых сырьевых рынков.

Мировые сырьевые рынки как часть мировых товарных рынков. Понятия сырьевой продукции и мировых сырьевых рынков. Значение минеральных ресурсов для мировой экономики; взаимосвязь между уровнем развития промышленности и общества и потреблением сырья. Источники сырья. Особенности горного производства как участника рынка минерального сырья. Модели сырьевых рынков.

Тема 1.2. Конъюнктурообразующие факторы на мировых сырьевых рынках.

Взаимодействие основных параметров рынка. Механизм саморегулирования рынка. Цены на сырьевую продукцию как интегральный показатель конъюнктуры сырьевых рынков. Неценовые факторы, влияющие на спрос/потребление минерального сырья. Неценовые факторы, влияющие на производство/предложение минерального сырья. Формы и методы административного регулирования сырьевых рынков. Циклические

конъюнктурообразующие факторы; сырьевые суперциклы.

Раздел 2. Основные рынки сырьевой продукции твердых полезных ископаемых.

Тема 2.1. Эволюция, современное состояние и тенденции развития мировых рынков металлического сырья для черной металлургии.

Современные тенденции развития мировой экономики и их влияние на черную металлургию. Эволюция спроса на сталь и стальную продукцию как основной фактор развития мировых рынков сырья для черной металлургии. Россия на мировом рынке сырья для черной металлургии. Тенденции развития и риски мировых рынков железных, марганцевых и хромовых руд, никеля и молибдена.

Тема 2.2. Эволюция, современное состояние и тенденции развития мировых рынков цветных и редких металлов.

Эволюция, современное состояние и тенденции развития мировых рынков цветных и редких металлов. Современные тенденции развития мировой экономики и их влияние на металлургию цветных и редких металлов. Россия на мировом рынке цветных и редких металлов. Тенденции развития и риски мировых рынков алюминия, меди, цинка, свинца, олова, вольфрама, титана, циркония и РЗЭ.

Тема 2.3. Эволюция, современное состояние и тенденции развития мировых рынков благородных металлов и алмазов.

Эволюция, современное состояние и тенденции развития мировых рынков благородных металлов и алмазов. Эволюция спроса на благородные металлы и алмазы. Россия на мировом рынке благородных металлов и алмазов. Специфические черты и тенденции развития мирового рынка золота. тенденции развития и риски мировых рынков серебра, металлов платиновой группы и алмазов.

Тема 2.4. Эволюция, современное состояние и тенденции развития мировых рынков агрохимического сырья.

Эволюция, современное состояние и тенденции развития мировых рынков агрохимического сырья. Тенденции развития сельского хозяйства как ключевой фактор эволюции рынка агрохимического сырья. Россия на мировом рынке агрохимического сырья. Тенденции развития мировых рынков минеральных удобрений и сырья для их производства.

Программа государственного экзамена по дисциплине «Управление экспортными операциями»

Тема 1. Методологические основы государственного управления экспортными операциями. Становление и развитие системы государственного управления экспортными операциями.

Сущность и содержание понятий, широко применяемых в практике "внешнеэкономическая деятельность", "внешнеэкономические связи", "внешняя торговля". Понятие управления. Субъекты и объекты управления. Основные принципы управления ВЭД. Функции управления ВЭД. Методы управления ВЭД. Краткая характеристика становления и развития науки

управления. Эволюция различных школ и теорий управления – "научного управления", административная, "доктрины человеческих отношений", школы "социальных систем" и "новой школы". Государственная монополия на внешнюю торговлю и другие виды внешнеэкономической деятельности, ее суть и содержание. Роль и значение государственной монополии в формировании и развитии системы государственного управления и регулирования ВЭД в России. Основные параметры организации системы управления и государственного регулирования ВЭД, действовавшей в СССР на протяжении более, чем 70-ти лет. Попытки реформирования в сфере внешнеэкономической деятельности, предпринимавшиеся КПСС и Правительством в конце 1970-х и второй половине 1980-х годов, их основные направления, цели, задачи и результаты. Либерализация внешнеэкономической деятельности, предпринятая в России в начале 90-х годов (Указ Президента РФ от 15.11.91 г.), коренная реорганизация всей системы управления ВЭД, проведенная в 90-е годы. Основные черты организации системы государственного управления внешнеэкономической деятельностью в Российской Федерации после 1991 г. Изменения системы организации управления внешнеэкономической деятельностью в Российской Федерации в 2004-2008 гг.

Тема 2. Современная система организации управления экспортными операциями в РФ.

Основные черты организации системы государственного управления внешнеэкономической деятельностью в Российской Федерации после 1991 г. Изменения системы организации управления внешнеэкономической деятельностью в Российской Федерации в 2004-2008 гг. Роль и значение Министерства промышленности и торговли РФ в сфере государственного управления и регулирования внешнеэкономической деятельности. Функции и полномочия Министерства финансов РФ в сфере внешнеэкономической деятельности. Функции и полномочия Министерства экономического развития РФ в сфере внешнеэкономической деятельности. Функции и полномочия Федеральной таможенной службы РФ в сфере внешнеэкономической деятельности. Роль и значение Центрального банка Российской Федерации в процессе осуществления государственного регулирования во внешнеэкономической деятельности. Представительства Российской Федерации по торгово-экономическим вопросам в иностранных государствах, их статус и основные направления деятельности. Российские организации, содействующие развитию внешнеэкономических связей России (ТПП РФ и другие).

Тема 3. Правовые основы государственного регулирования экспортных операций.

Правовые основы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации на современном этапе. Влияние Конституции Российской Федерации на формирование структуры государственного управления внешнеэкономической деятельностью. Роль Федерального закона «Об основах государственного

регулирования внешнеторговой деятельности». Другие законодательные акты, регулирующие различные сферы внешнеэкономической деятельности, принятые в Российской Федерации. Характеристика двусторонних и многосторонних договоров, регулирующих осуществление внешнеэкономической деятельности. Торговые обычаи и рекомендательные документы в регулировании внешнеэкономической деятельности.

Тема 4. Нетарифные методы регулирования экспортных операций.

Административные методы, используемые в мировой практике при осуществлении государственного регулирования внешнеэкономической деятельности. Применение в России системы квотирования и лицензирования, введенной в 1992 г. на основе соответствующих постановлений российского правительства. Лицензирование и квотирование экспорта и импорта товаров, применяемые в России в настоящее время. Организация системы экспортного контроля в Российской Федерации. Роль и значение Федеральной службы по техническому и экспортному контролю. Основные технические средства регулирования внешнеэкономической деятельности, используемые в Российской Федерации.

Тема 5. Таможенно-тарифные методы регулирования экспортных операций.

Роль Федерального закона «О таможенном тарифе» в регулировании внешнеэкономической деятельности. Таможенный тариф РФ, виды ставок и особые виды пошлин, применяемых в России, на основе Федерального закона «О таможенном тарифе». Таможенная стоимость и методы ее определения. Порядок предоставления тарифных льгот. Основы таможенного дела и таможенного регулирования в РФ согласно Таможенному кодексу РФ. Определение страны происхождения товара. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности. Процедура таможенного оформления, характеристика таможенных режимов. Виды таможенных платежей, особенности исчисления пошлин и налогов, порядок и сроки их уплаты. Формы и порядок проведения таможенного контроля. Организация и основные направления оперативно-розыскной деятельности в РФ.

Тема 6. Валютное регулирование и валютный контроль экспортных операций.

Правовые основы валютного регулирования и валютного контроля внешнеэкономической деятельности. Содержание Федерального закона «О валютном регулировании и валютном контроле». Основные принципы валютного регулирования. Репатриация резидентами иностранной валюты и валюты Российской Федерации. Валютный контроль в РФ, органы и агенты валютного контроля. Валютный контроль при осуществлении экспорта товаров российскими участниками ВЭД. Валютный контроль при осуществлении импорта товаров российскими участниками ВЭД.

Перечень вопросов для подготовки к ГИА:

Примерный перечень вопросов государственного экзамена по дисциплине «Международный маркетинг»

1. Международный маркетинг: понятие, сущность, концепции
2. Глобальный и мультинациональный маркетинг
3. Ценовая политика в международном маркетинге
4. Особенности развития международного маркетинга в России
5. Основные управленческие решения в международном маркетинге
6. Международная конкурентоспособность фирмы и факторы ее повышения
7. Торговые марки в международном маркетинге и их защита
8. Основные факторы и стратегии выхода фирмы на зарубежные рынки
9. Основные методы ценообразования в международном маркетинге
10. Экономические, политические, правовые и социально-культурные факторы внешней среды и их влияние на международную маркетинговую деятельность
11. Международная сегментация: особенности и основные виды
12. Стратегии выбора целевых зарубежных рынков
13. Вертикальные и горизонтальные системы сбыта в международном маркетинге
14. Товарная политика в системе международного маркетинга
15. Международный жизненный цикл товара: характеристика основных его стадий
16. Кластерный анализ и совокупный жизненный цикл товаров на рынке
17. Виды и функции посредников в международной торговле
18. Особенности управления международной маркетинговой деятельностью планирование, организация, учет и контроль
19. Инновационная политика в международном маркетинге
20. Национальные условия макросреды и международная реклама

Примерный перечень вопросов государственного экзамена по дисциплине «Методы и инструменты стратегического анализа»

1. Определение термина «стратегический анализ». Основная цель стратегического анализа. Задачи стратегического анализа.
2. Различия между ресурсами и способностями компании. Зависимость ценности ресурсов и способностей от факторов внешней среды.
3. Уровни внешней среды компании и основные факторы, определяющие характеристики данных уровней.
4. Анализ макросреды компании с помощью PEST-анализа: методология проведения.
5. Основные подходы к проведению сценарного анализа. Оптимальный подбор сценариев для использования в дальнейшем анализе.
6. Различия в формировании наиболее вероятного и антикризисного сценариев при проведении сценарного анализа.

7. Методология проведения отраслевого и конкурентного анализа на основе подхода 5 сил Портера.
8. Основные группы организационных ресурсов и способностей.
9. Цели и методология проведения VRIO-анализа. Ограничения VRIO-анализа.
10. Экономический смысл критерия ценности при проведении VRIO-анализа.
11. Формы имитации ресурсов и способностей. Источники стоимостного ущерба при имитации ресурсов и способностей.
12. Определение корневой компетенции компании и ее отличие от устойчивой отличительной компетенции.
13. Понятие динамических способностей компании и оценка уровня их развития.
14. Методология анализа реализуемой корпоративной стратегии компании.
15. Цели, задачи и основные направления деятельности аналитических структур в минерально-сырьевых компаниях.

Примерный перечень вопросов государственного экзамена по дисциплине «Мировые сырьевые рынки»

1. Специфика месторождений полезных ископаемых как объектов предпринимательской деятельности.
2. Основные модели сырьевых рынков с конкретными примерами.
3. Саморегулирование рынка.
4. Факторы, влияющие на спрос и потребление минерального сырья.
5. Факторы, влияющие на производство и предложение минерального сырья.
6. «Сырьевые суперциклы». Факторы, вызывающие их развитие.
7. Сырьевая политика отдельных государств как фактор формирования рыночного спроса/предложения. Примеры.
8. Динамика складских запасов физического металла или запасов в инвестиционных фондах как фактор влияния на цену этого металла. Примеры
9. Благосостояния населения, национальная традиция, модные тенденции как факторы формирования спроса на металлы. Примеры.
10. Мировой рынок угля – основные центры потребления.
11. Мировой рынок угля – основные страны-экспортеры и их конкурентные преимущества и недостатки.
12. Мировой рынок железных руд и конъюнктурообразующие факторы на нем.
13. Мировой рынок легирующих металлов в целом и конъюнктурообразующие факторы на нем.
14. Мировой рынок марганцевых руд и конъюнктурообразующие факторы на нем.
15. Мировой рынок хромовых руд и конъюнктурообразующие факторы на нем.

16. Мировой рынок молибдена и конъюнктурообразующие факторы на нем.
17. Мировой рынок никеля и конъюнктурообразующие факторы на нем.
18. Мировой рынок алюминия и конъюнктурообразующие факторы на нем.
19. Мировой рынок меди и конъюнктурообразующие факторы на нем.
20. Мировой рынок цинка и конъюнктурообразующие факторы на нем.
21. Мировой рынок свинца и конъюнктурообразующие факторы на нем.
22. Мировой рынок олова и конъюнктурообразующие факторы на нем.
23. Мировой рынок вольфрама и конъюнктурообразующие факторы на нем.
24. Мировой рынок титана и циркония и конъюнктурообразующие факторы на них.
25. Мировой рынок золота и конъюнктурообразующие факторы на нем.
26. Мировой рынок платины и платиноидов и конъюнктурообразующие факторы на нем.
27. Мировой рынок алмазов и конъюнктурообразующие факторы на нем.
28. Мировой рынок агрохимического сырья и конъюнктурообразующие факторы на нем.
29. Место России на рынке сырья для черной металлургии
30. Место России на рынке цветных металлов
31. Место России на рынке благородных металлов и алмазов
32. Место России на рынке агрохимического сырья
33. Место России на рынке угля.

Примерный перечень вопросов государственного экзамена по дисциплине «Управление экспортными операциями»

1. Современная система управления экспортными операциями в Российской Федерации
2. Правовые основы регулирования экспортных операций
3. Таможенно-тарифное и налоговое регулирование экспортных операций
4. Таможенная стоимость и методы ее определения
5. Характеристика тарифных льгот
6. Характеристика таможенных процедур
7. Количественные ограничения экспорта
8. Цели и порядок проведения экспортного контроля
9. Технические средства регулирования экспортных операций
10. Валютный контроль при осуществлении экспорта товаров

4.3. Фонд оценочных средств для проведения итогового государственного междисциплинарного экзамена по направлению подготовки

4.3.1. Паспорт фонда оценочных средств

1) Перечень компетенций с указанием результатов их освоения

Код контролируемой компетенции	Контролируемые результаты	Наименование оценочного средства
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Устный опрос
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Устный опрос
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Устный опрос
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Устный опрос
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Устный опрос
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Устный опрос
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления.	Устный опрос

ОПК-2	Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач.	Устный опрос
ОПК-3	Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.	Устный опрос
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций.	Устный опрос
ОПК-5	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.	Устный опрос
ПК-1	Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников и проектами.	Устный опрос
ПК-2	Способен разрабатывать корпоративную стратегию.	Устный опрос

ПК-3	Способен разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию.	Устный опрос
ПК-4	Способен руководить и работать в многонациональном коллективе	Устный опрос
ПК-5	Способен использовать современные научно-прикладные методы для проведения исследований и управления бизнес-процессами.	Устный опрос
ПК-6	Способен применять методы экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.	Устный опрос
ПК-7	Способен применять методы стратегического анализа.	Устный опрос
ПК-8	Способен готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами в российских и зарубежных компаниях и оценки их эффективности.	Устный опрос
ПК-13	Способен обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы.	Устный опрос
ПК-14	Способен обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.	Устный опрос
ПК-15	Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.	Устный опрос
ПК-16	Способен представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (презентации).	Устный опрос

2а) Описание показателей и критериев оценивания компетенций в ходе проведения государственной итоговой аттестации.

№/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Устный опрос	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определённой учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.	Перечень вопросов

2б) Описание критериев шкалы оценивания

ОБЩИЙ КРИТЕРИЙ ОЦЕНКИ РАБОТЫ	A (90-100%)	Ответ полностью отвечает целям/задачам обучения по основной профессиональной образовательной программе
	B (82-89%)	Ответ в основном отвечает целям/задачам обучения по основной профессиональной образовательной программе
	C (75-81%)	Ответ не в полной мере отвечает целям/задачам обучения по основной профессиональной образовательной программе
	D (67-74%)	Ответ частично отвечает целям/задачам обучения по основной профессиональной образовательной программе
	E (60-67%)	Ответ в меньшей степени отвечает целям/задачам обучения по основной профессиональной образовательной программе

3) Типовые задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков в ходе проведения государственной итоговой аттестации

а)типовые вопросы – пример билета;

1. Стратегии выбора целевых зарубежных рынков.
2. Мировой рынок угля: основные страны-экспортеры и их конкурентные преимущества и недостатки.

б)критерии оценивания компетенций (результатов);

A (90-100%)	- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам государственной итоговой аттестации; - точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы; - безупречное владение инструментарием дисциплин, входящих в ГИА, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных профессиональных задач; - выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации; - полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной для освоения дисциплин, входящих в ГИА; - умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по дисциплинам, входящим в ГИА, и давать им критическую оценку, использовать научные достижения других дисциплин.
B (82-89%)	- систематизированные, глубокие и полные знания по вопросам в билете; - использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; - владение инструментарием дисциплин, входящих в ГИА, умение использовать его в постановке и решении научных и профессиональных задач; - способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках дисциплин, входящих в ГИА; - усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной для освоения дисциплин, входящих в ГИА; - умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по дисциплинам, входящим в ГИА.
C (75-81%)	- достаточно полные и систематизированные знания по дисциплинам, входящим в ГИА, использование необходимой научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы в билете, умение делать обоснованные выводы; - владение инструментарием дисциплин, входящих в ГИА, умение его использовать в решении профессиональных задач; - способность самостоятельно применять типовые решения в рамках дисциплин, входящих в ГИА; - усвоение основной литературы, рекомендованной для освоения дисциплин, входящих в ГИА; - умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по дисциплинам, входящим в ГИА, и давать им сравнительную оценку.
D (67-74%)	- достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта; - усвоение основной литературы, рекомендованной для освоения дисциплин, входящих в ГИА; - использование научной терминологии, стилистическое и

	логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок; - владение инструментарием дисциплин, входящих в ГИА, умение его использовать в решении стандартных (типовых) задач; - умение под руководством преподавателя решать стандартные (типовые) задачи; - умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по дисциплинам, входящим в ГИА, и давать им оценку.
E (60-66%)	- фрагментарные знания в рамках образовательного стандарта; - знание отдельных литературных источников, рекомендованных для освоения дисциплин, входящих в ГИА; - неумение использовать научную терминологию дисциплин, входящих в ГИА, наличие в ответе грубых стилистических и логических ошибок.
F (менее 60%)	Отсутствие знаний и компетенций в рамках дисциплин, входящих в ГИА.

в) описание шкалы оценивания

Максимальная оценка за экзамен - 100%, в том числе:
- ответ на вопрос № 1 – от 0% до 50%;
- ответ на вопрос № 2 – от 0% до 50%;

4.4. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для подготовки к итоговому государственному междисциплинарному экзамену по направлению подготовки

Список рекомендуемой литературы по дисциплине «Международный маркетинг»

Основная литература:

1. Ноздрева Р.Б. Маркетинг : учебник / Р.Б. Ноздрева ; Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России. – Москва : Аспект Пресс, 2016. – 448 с. : ил. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456634; https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book_red&id=456634

2. Ноздрева Р.Б. Концепция глобализации VS концепция глокализации бизнеса глобальных компаний // Современный бизнес: основные векторы развития / Р.Б. Ноздрева, В.А. Буренин, Т.Н. Васильева [и др.] ; под общ. ред. Р.Б. Ноздревой ; Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России, Кафедра менеджмента, маркетинга и внешнеэкономической деятельности. – Москва : МГИМО-Университет, 2018. – С. 133-146. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496228; https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book_red&id=496228

3. Ноздрева Р.Б. Основные факторы развития глобального маркетинга ведущих ТНК мира // Современные проблемы менеджмента, маркетинга и

предпринимательства / Н.Ю. Конина, Р.Б. Ноздрева, В.А. Буренин [и др.] ; под общ. ред. и с предисл. Н.Ю. Конина ; Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России, Кафедра менеджмента, маркетинга и внешнеэкономической деятельности. – Москва : МГИМО-Университет, 2018. – С. 133-146. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496177; https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book_red&id=496177

4. Пономарёва Е.А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.А. Пономарёва ; МГИМО МИД России. - Москва : Юрайт, 2025. - 341 с. – URL: https://bibliocatalog.mgimo.ru:2375/bcode/560615

Дополнительная литература:

1. Крылова Г.Д. Маркетинг : учебник / Г.Д. Крылова, М.И. Соколова ; МГИМО(У) МИД РФ. - Москва : Магистр, 2011. - 492, [1] с. : рис., табл. – Глава по международному маркетингу.

2. Fu H. International Marketing : Emerging Markets / H. Fu, S. Zou. – Bingley : Emerald Group, 2011. – URL: http://182.160.97.198:8080/xmlui/handle/123456789/296?show=full

3. Сейфуллаева М.Э. Международный маркетинг : учебник / М.Э. Сейфуллаева. - М. : Юнити-Дана, 2017. - 320 с. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685452; https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book_red&id=685452

4. Моргунов В.И. Международный маркетинг : учебник / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 182 с. : ил., табл., схем. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621659; https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book_red&id=621659

5. Девлетов О.У. Международный маркетинг : учебное пособие / О.У. Девлетов. – Москва : Директ-Медиа, 2015. – 377 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429412; https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book_red&id=429412

Интернет-ресурсы, базы данных:

№ п/п	Наименование	Характеристики ресурса
1.	ЭБС ZNANIUM «НИЦ ИНФРА-М» http://znanium.ru/	Доступ к базовой коллекции и книгам издательств-партнеров. Содержит книги, журналы, статьи из различных изданий (более 53 тыс.).

2.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» ООО «НексМедиа» https://biblioclub.ru/	Доступ к базовой коллекции, отдельным коллекциям издательств «Проспект», «Аспект Пресс», «Восточная книга». Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео- и аудиоматериалы, художественную литературу (более 141 тыс. наименований). Также содержит книги издательства «МГИМО-Университет» с 2014 года по настоящее время и постоянно пополняется.
3.	Образовательная платформа Юрайт ООО «Электронное издательство Юрайт» https://urait.ru/	В подписке доступ ко всем научным изданиям и учебникам ВПО.

Список рекомендуемой литературы по дисциплине «Методы и инструменты стратегического анализа»

Основная литература:

1. Басовский Л.Е. Современный стратегический анализ: учебник / Л.Е. Басовский. - М. : НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 256 с. - (Высшее образование: Магистратура). - URL: https://bibliocatalog.mgimo.ru:2291/catalog/document?id=398635

Дополнительная литература:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер, 1999.

2. Катькало В.С. Эволюция теории стратегического управления: монография / В.С. Катькало ; Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет менеджмента. – СПб.: Издательский дом Санкт-Петербургского государственного университета, 2011. – URL: https://bibliocatalog.mgimo.ru:2291/catalog/document?id=198329

3. Минцберг Г. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегического менеджмента / Г. Минцберг, Б. Альстранд, Ж. Лампель ; пер. Д. Раевская, Л.Л. Царук. – 2-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 365 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428137; https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book_red&id=428137

4. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М.Е. Портер. - 6-е изд. - М.: Альпина Паблишер, 2019. - 453 с. - URL: https://bibliocatalog.mgimo.ru:2291/catalog/document?id=385877

5. Сарычев А.Е. Оценка ресурсов и способностей компании в условиях динамизма внешней среды и глобализации / А.Е. Сарычев // Российское предпринимательство. – 2008. – №7 (2). – С. 44-49. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-resursov-i-sposobnostey-kompanii-v-usloviyah-dinamizma-vneshney-sredy-i-globalizatsii

6. Сарычев А.Е. Усиление антикризисной составляющей в моделях стратегического анализа / А.Е. Сарычев // Управление развитием крупномасштабных систем (MLSD'2009) : Материалы третьей международной конференции (5-7 октября 2009 г., Москва, Россия) / Институт проблем управления им. В.А.Трапезникова РАН. – М. : 2009. – Том II. – С. 355-358. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26326228

7. Amit R. Strategic assets and organizational rent / R. Amit, P. Schoemaker // Strategic Management Journal. – 1993, № 14(1). – P. 33-46. – URL: https://www.researchgate.net/publication/243775502_Strategic_Assets_and_Organizational_Rent

8. Roberts M.C. Technical Analysis in Commodity Markets: Risk, Returns, and Value / M.C. Roberts // Proceedings of the NCR-134 Conference on Applied Commodity Price Analysis, Forecasting, and Market Risk Management. – St. Louis, Missouri, 2003. – URL: https://ageconsearch.umn.edu/record/18974?ln=en

9. Teece David J. Dynamic capabilities and strategic management // Strategic Management Journal. – 1997, Vol. 18(7). – P. 509-533. – URL: https://sms.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/%28SICI%291097-0266%28199708%2918%3A7%3C509%3A%3AAID-SMJ882%3E3.0.CO%3B2-Z; https://download.clib.psu.ac.th/datawebclib/e_resource/trial_database/WileyInterScienceCD/pdf/SMJ/SMJ_1.pdf

10. Teece David J. Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance // Strategic Management Journal. – 2007, Vol.28. – P. 1319-1350. – URL: https://sms.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.640; https://pages.stern.nyu.edu/~eyoon/seminar/CrossDisciplinary/Teece.pdf

11. Wernerfelt B. A Resource-Based View of the Firm. // Strategic Management Journal. – 1984, Vol. 5, No. 2. (Apr.-Jun.). - P. 171-180. – URL: https://www.hse.ru/data/822/479/1225/Oct%2019%20Cited%20%235%20Manage%20A%20Resource-Based%20View%20of%20the%20Firm.pdf

Интернет-ресурсы и базы данных:

№ п/п	Наименование	Характеристики ресурса
1.	ЭБС ZNANIUM «НИЦ ИНФРА-М» http://znanium.ru/	Доступ к базовой коллекции и книгам издательств-партнеров. Содержит книги, журналы, статьи из различных изданий (более 53 тыс.).
2.	ЭБС BOOK.RU «КноРус медиа» https://www.book.ru/	Базовая коллекция содержит более 23 тыс. учебников и монографий по 20 тематическим категориям.
3.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» ООО «НексМедиа» https://biblioclub.ru/	Доступ к базовой коллекции, отдельным коллекциям издательств «Проспект», «Аспект Пресс», «Восточная книга». Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео- и аудиоматериалы, художественную литературу (более 141 тыс. наименований). Также содержит книги издательства «МГИМО-Университет» с 2014 года по настоящее время и постоянно пополняется.

4.	WILEY https://onlinelibrary.wiley.com/	Более 1,5 тысяч журналов издательства с архивами.
5.	Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» https://www.elibrary.ru/	Крупнейший российский информационно-аналитический портал, содержащий рефераты и полные тексты более 38 млн. публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научно-технических журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе.
6.	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» https://cyberleninka.ru/	Электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science). Содержит статьи из более чем 3,3 тысяч журналов.
7.	ResearchGate https://www.researchgate.net/	Цель проекта – соединить мир науки и сделать исследования открытыми для всех. 20 миллионов исследователей из более чем 190 стран используют ResearchGate для общения, сотрудничества и обмена своей работой.

Список рекомендуемой литературы по дисциплине «Мировые сырьевые рынки»

Основная литература:

1. Клинов В.Г. Мировые товарные рынки и цены : учебник / В.Г. Клинов, Л.С. Ревенко, Т.И. Ружинская ; под ред. Л.С. Ревенко; МГИМО МИД России, Каф. междунар. экон. отношений и внешнеэкон. связей. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : МГИМО-Университет, 2018. - 664, [1] с.: рис., табл. - (Учебники МГИМО). - ISBN 978-5-9228-1806. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488449; https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book_red&id=488449

2. Твердохлебова Т.В. Мировые товарные рынки. Особенности функционирования рынка металлов : учебное пособие / Т.В. Твердохлебова, М.Ю. Зданович. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2011. — 176 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229186; https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book_red&id=229186

Дополнительная литература:

1. Боярко Г.Ю. Экономика минерального сырья / Г.Ю. Боярко. – Томск : Айдит-Информ, 2000. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25825151

2. Дергачев А.Л. Тенденции развития минерально-сырьевого комплекса на рубеже веков / А.Л. Дергачев, В.И. Старостин // Вестник Московского университета. Серия 4: Геология. – 2018. – №1. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32281851

3. Минерально-сырьевые ресурсы и экономическое развитие : сборник научных трудов / отв.ред.: В.Б. Кондратьев, Ю.Л. Адно. – М. : ИМЭМО РАН, 2010. – 211 с. – URL: https://www.imemo.ru/publications/info/mineral-and-raw-material- resource-and-economic-development-moscow-imemo-ran-2010

4. Henckens M.L.C.M. Mineral resources: Geological scarcity, market price trends, and future generations / M.L.C.M. Henckens [and others] // Resources Policy. – 2016. – Volume 49, September. – P. 102-111 — URL: https://bibliocatalog.mgimo.ru:2105/science/article/pii/S0301420716300861

5. Jordan B. Economics literature on joint production of minerals: A survey / B. Jordan // Resources Policy. – 2018. – Volume 55, March. – P. 20-28 — URL: https://bibliocatalog.mgimo.ru:2105/science/article/pii/S0301420716304317

6. Kelly T.D. Historical Statistics for Mineral and Material Commodities in the United States / T.D. Kelly, G.R. Matos ; U.S. Geological Survey // National Minerals Information Center. Data Series 140, Version 2010 — URL: https://www.usgs.gov/centers/nmic/historical-statistics-mineral-and- material-commodities-united-states

7. Proceedings for a Workshop on Deposit Modeling, Mineral Resource Assessment, and Their Role in Sustainable Development / USGS. – Circular 1294. – 2007. — URL: https://pubs.usgs.gov/circ/2007/1294/

Интернет-ресурсы, базы данных:

№ п/п	Наименование	Характеристики ресурса
1.	ЭБС ZNANIUM «НИЦ ИНФРА-М» http://znanium.ru/	Доступ к базовой коллекции и книгам издательств-партнеров. Содержит книги, журналы, статьи из различных изданий (более 53 тыс.).
2.	ЭБС BOOK.RU «КноРус медиа» https://www.book.ru/	Базовая коллекция содержит более 23 тыс. учебников и монографий по 20 тематическим категориям.
3.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» ООО «НексМедиа» https://biblioclub.ru/	Доступ к базовой коллекции, отдельным коллекциям издательств «Проспект», «Аспект Пресс», «Восточная книга». Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео- и аудиоматериалы, художественную литературу (более 141 тыс. наименований). Также содержит книги издательства «МГИМО-Университет» с 2014 года по настоящее время и постоянно пополняется.
4.	Springer Nature https://link.springer.com/	Полнотекстовая коллекция Springer Journals с 2018 по н/вр. Полнотекстовая коллекция Springer Journals Archive 1832 - 1996 гг. Полнотекстовая коллекция книг Springer eBook Collections, включая издания текущего года
5.	Институт мировой экономики и международных отношений РАН https://www.imemo.ru/	Книги, статьи в журналах, периодические издания, аналитические комментарии
6.	Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» https://www.elibrary.ru/	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 38 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научных журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе.

Список рекомендуемой литературы по дисциплине «Управление экспортными операциями»

Основная литература:

1. Дегтярева О.И. Управление внешнеэкономической деятельностью в РФ в условиях интеграции в рамках ЕАЭС : учебное пособие / О.И. Дегтярева, Е.С. Ратушняк, А.В. Шевелева; под ред.О.И. Дегтяревой — М. : Магистр: ИНФРА-М, 2019. – 368. – URL: https://bibliocatalog.mgimo.ru:2291/catalog/document?id=344298

Дополнительная литература:

1. Арустамов Э.А. Внешнеэкономическая деятельность / Э.А. Арустамов, Р.С. Андреева. – М. : КноРус, 2024. – 165 с. – URL: https://bibliocatalog.mgimo.ru:2337/books/951816

2. Внешнеэкономическая деятельность предприятия : учебник / Л.Е. Стровский, С.К. Казанцев, А.Б. Неткачев [и др.] ; ред. Л.Е. Стровский. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 504 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684728; https://bibliocatalog.mgimo.ru:2107/index.php?page=book_red&id=684728

3. Внешнеэкономическая деятельность предприятия : учебник / Государственный Университет Управления ; под ред. проф. И.Н. Иванова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2017. – 297 с. – URL: https://bibliocatalog.mgimo.ru:2291/catalog/document?id=162725

4. Вологдин А.А. Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности : учебное пособие / А.А. Вологдин. – 8-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2016. – 395 с. – URL: https://bibliocatalog.mgimo.ru:2375/bcode/559628

5. Ростовский Ю.М. Внешнеэкономическая деятельность: учебник для вузов / Ю.М. Ростовский. – 3-е изд., перераб. И доп. - М. : Магистр, 2010. – URL: https://bibliocatalog.mgimo.ru:2291/catalog/document?id=144943

Интернет-ресурсы, базы данных:

№ п/п	Наименование	Характеристики ресурса
1.	ЭБС ZNANIUM «НИЦ ИНФРА-М» http://znanium.ru/	Доступ к базовой коллекции и книгам издательств-партнеров. Содержит книги, журналы, статьи из различных изданий (более 53 тыс.).
2.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» ООО «НексМедиа»	Доступ к базовой коллекции, отдельным коллекциям издательств «Проспект», «Аспект

	https://biblioclub.ru/	Пресс», «Восточная книга». Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео- и аудиоматериалы, художественную литературу (более 141 тыс. наименований). Также содержит книги издательства «МГИМО-Университет» с 2014 года по настоящее время и постоянно пополняется.
3.	ЭБС BOOK.RU «КноРус медиа» https://www.book.ru/	Базовая коллекция содержит более 23 тыс. учебников и монографий по 20 тематическим категориям.
4.	Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» https://www.elibrary.ru/	Крупнейший российский информационно-аналитический портал, содержащий рефераты и полные тексты более 38 млн. публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научно-технических журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе
5.	Образовательная платформа Юрайт ООО «Электронное издательство Юрайт» https://urait.ru/	В подписке доступ ко всем научным изданиям и учебникам ВПО.

4.5. Описание материально-технической базы, обеспечивающей проведение государственной итоговой аттестации

Для проведения государственной итоговой аттестации необходимы учебные аудитории, оснащенные оборудованием и техническими средствами (компьютер, проектор, вебкамера, гарнитура, акустическая система, проекционный экран), а также имеющие доступ в интернет.

Программное обеспечение: Microsoft Windows, Microsoft Office, Консультант Плюс, Zoom, Skype, антивирусная защита.

4.6. Иные сведения и (или) материалы

В рамках проведения государственной итоговой аттестации студентов программы магистратуры «Стратегический менеджмент международных минерально-сырьевых компаний», реализуемой в сетевой форме, предполагается привлечение представителей НИТУ «МИСиС» для участия в работе государственной экзаменационной комиссии.

5. Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы

5.1. Перечень результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения:

Коды компетенций	***Содержание компетенций***	***Индикаторы достижения компетенций***
ПК-1	Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников и проектами.	ИПК-1.1. Умеет формулировать и решать сложные управленческие задачи, в том числе в условиях турбулентности и неопределенности международной среды. ИПК-1.2. Владеет навыками корпоративного и стратегического управления.
ПК-2	Способен разрабатывать корпоративную стратегию.	ИПК-2.1. Знает современные рыночные стратегии оптимизации развития компании. ИПК-2.2. Разрабатывает стратегии развития компании; осуществляет стратегическое и операционное управление компанией.
ПК-3	Способен разрабатывать программы организационного	ИПК-3.1 Знает современные организационные структуры компаний и основные направления их оптимизации. ИПК-3.2 Владеет навыками разработки

	развития и изменений и обеспечивать их реализацию.	программ организационного развития компаний в условиях цифровизации международного бизнеса.
ПК-4	Способен руководить и работать в многонациональ-ном коллективе	ИПК-4.1 Компетентен выстраивать эффективные модели взаимодействия в профессиональной среде по месту работы, в том числе в многонациональном коллективе; ИПК-4.2. Знает основные концепции и методы руководства и лидерства в коллективе, владеет методами кросскультурного анализа; ИПК-4.3. Способен выполнять функции ответственного исполнителя или руководителя со знанием иностранных языков в подразделениях организаций и в проектных группах, в том числе мультикультурного профиля, включая их создание и сопровождение в ходе реализации управленческих решений, программ и проектов.
ПК-5	Способен использовать современные научно-прикладные методы для проведения исследований и управления бизнес-процессами.	ИПК-5.1. Умеет определять задачи аналитических исследований в области стратегического менеджмента и международного бизнеса с целью подбора оптимального метода анализа. ИПК-5.2. Владеет алгоритмами отбора методов аналитической работы с информацией в контексте деятельности международного бизнеса.
ПК-6	Способен применять методы экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.	ИПК-6.1 Способен проводить анализ рыночных и финансово-экономических показателей на микро- и макроуровнях, давать оценку и обосновывать прогноз их динамики. ИПК-6.2. Владеет оптимальными приемами и методами отбора информации для проведения соответствующего анализа.
ПК-7	Способен применять методы стратегического анализа.	ИПК-7.1. Знает современные методы стратегического анализа и умеет ими пользоваться. ИПК-7.2. Владеет навыками оценки рыночных показателей и составления прогноза их динамики.
ПК-8	Способен готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами в российских и зарубежных компаниях и оценки их эффективности.	ИПК-8.1. Компетентен проводить анализ и моделирование процессов управления с целью оптимизации деятельности организации; ИПК-8.2. Владеет навыками анализа и обобщения данных для подготовки аналитических материалов по управлению бизнес-процессами и совершенствованию системы построения и развития международного бизнеса компании

ПК-13	Способен обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы.	ИПК-13.1. Выявляет актуальные научные проблемы в сфере стратегического менеджмента и международного бизнеса. ИПК- 13.2. Разрабатывает методологический инструментарий научно-практических исследований и аналитической работы.
ПК-14	Способен обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.	ИПК-14.1. Владеет логикой, методами и инструментами проведения научного исследования. ИПК-14.2. Владеет компетенциями согласно тематике научного исследования, составлять поэтапный план его реализации.
ПК-15	Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.	ИПК-15.1. Проводит исследования, включая эмпирические, в рамках индивидуальных и коллективных научно- исследовательских проектов. ИПК-15.2. Владеет современной методологией проведения научных исследований в сфере стратегического менеджмента и международного бизнеса.
ПК-16	Способен представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (презентации).	ИПК-16.1. Самостоятельно готовит исследовательские тексты (статьи, обзоры, экспертные заключения) с соблюдением современных требований отечественных и зарубежных академических изданий. ИПК-16.2. Готовит качественные презентации результатов научных исследований. ИПК-16.3. Умеет вести научные дискуссии по актуальным научно-практическим вопросам развития международного бизнеса, в том числе на иностранных языках.

5.2. Рекомендации обучающимся по подготовке к защите и защите выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа является заключительным этапом подготовки выпускников в МГИМО МИД России и представляет собой самостоятельное научное исследование, в котором соединяются теоретические знания и практические навыки студента по избранному направлению подготовки. Выводы и рекомендации по результатам проведенного исследования должны быть экономически обоснованы и иметь практическую значимость. Уровень выполнения и результат защиты выпускной квалификационной работы являются основанием для принятия Государственной аттестационной комиссией решения о присуждении выпускнику степени магистра.

Более подробные указания даны в методических рекомендациях по подготовке выпускных квалификационных работ в магистратуре, разработанных выпускающими кафедрами.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения защиты выпускной квалификационной работы

5.3.1. Паспорт фонда оценочных средств

1) Перечень компетенций с указанием результатов их освоения

Код контролируемой компетенции	**Контролируемые результаты**	**Наименование оценочного средства**
ПК-1	Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников и проектами.	Выступление на защите
ПК-2	Способен разрабатывать корпоративную стратегию.	Выступление на защите
ПК-3	Способен разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию.	Выступление на защите
ПК-4	Способен руководить и работать в многонациональном коллективе.	Выступление на защите
ПК-5	Способен использовать современные научно-прикладные методы для проведения исследований и управления бизнес-	Выступление на защите

	процессами.	
ПК-6	Способен применять методы экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.	Выступление на защите
ПК-7	Способен применять методы стратегического анализа.	Выступление на защите
ПК-8	Способен готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами в российских и зарубежных компаниях и оценки их эффективности.	Выступление на защите
ПК-13	Способен обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы.	Выступление на защите
ПК-14	Способен обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.	Выступление на защите
ПК-15	Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.	Выступление на защите
ПК-16	Способен представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (презентации).	Выступление на защите

2а) Описание показателей и критериев оценивания компетенций в ходе проведения государственной итоговой аттестации.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	Выступление на защите	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определённой учебно-практической, учебно-исследовательской или научной задачи.	Перечень тем

2б) Описание критериев шкалы оценивания

ОБЩИЙ КРИТЕРИЙ ОЦЕНКИ РАБОТЫ	A (90-100%)	ВКР полностью отвечает целям/задачам по закрепленной теме и полностью соответствует требованиям по оформлению ВКР
	B (82-89%)	ВКР в основном отвечает целям/задачам по закрепленной теме и полностью соответствует требованиям по оформлению ВКР
	C (75-81%)	ВКР не в полной мере отвечает целям/задачам по закрепленной теме и соответствует требованиям по оформлению ВКР
	D (67-74%)	ВКР частично отвечает целям/задачам по закрепленной теме и соответствует требованиям по оформлению ВКР
	E (60-67%)	ВКР в меньшей степени отвечает целям/задачам по закрепленной теме и не полностью соответствует требованиям по оформлению ВКР

3) Перечень примерных тем выпускной квалификационной работы:

1. Интернационализация бизнеса и деятельность современных минерально-сырьевых компаний (*страна, отрасль и компания по выбору*)
2. Глобальная конкуренция и пути обеспечения конкурентоспособности минерально-сырьевой компании (*страна, отрасль и компания по выбору*)
3. Стратегии выхода российских минерально-сырьевых компаний на мировой рынок (*отрасль и компания по выбору*)
4. Стратегии развития международных минерально-сырьевых компаний в современных условиях (*страна, отрасль и компания по выбору*)
5. Современная система стратегического менеджмента в крупных минерально-сырьевых компаниях (*страна, отрасль и компания по выбору*)
6. Современные особенности организационного развития международных минерально-сырьевых компаний (*страна, отрасль и компания по выбору*)
7. Информационно-коммуникационные технологии в управлении современных минерально-сырьевых компаний (*страна, отрасль и компания по выбору*)
8. Электронный бизнес и его влияние на менеджмент минерально-сырьевой компании (*страна, отрасль и компания по выбору*)
9. Современные формы и методы слияний и поглощений международных минерально-сырьевых компаний (*отрасль и компания по выбору*)
10. Влияние слияний и поглощений на конкурентоспособность минерально-сырьевой компании (*отрасль и компания по выбору*)
11. Стратегические альянсы и глобальная конкуренция (*рынок по выбору*)
12. Практика инновационного менеджмента и его особенности в минерально-сырьевой компании (*страна, отрасль и компания по выбору*)

13. Управление международными проектами в системе менеджмента крупных минерально-сырьевых компаний (*страна, отрасль и компания по выбору*)
14. Особенности финансового менеджмента минерально-сырьевых компаний (*страна, отрасль и компания по выбору*)
15. Основы бизнес-планирования и оценки инвестиционных проектов минерально-сырьевых компаний (*страна, отрасль и компания по выбору*)
16. Антикризисное управление в зарубежной минерально-сырьевой компании (*страна, отрасль и компания по выбору*)
17. Разработка и реализация стратегии минерально-сырьевой компании в условиях динамичности развития внешней среды (*страна, отрасль и компания по выбору*)
18. Современные особенности организационного развития международных минерально-сырьевых компаний (*страна, отрасль и компания по выбору*)

5.4. Описание материально-технической базы, обеспечивающей проведение защиты выпускной квалификационной работы

Для проведения государственной итоговой аттестации необходимы учебные аудитории, оснащенные оборудованием и техническими средствами (компьютер, проектор, вебкамера, гарнитура, акустическая система, проекционный экран), а также имеющие доступ в интернет.

Программное обеспечение: Microsoft Windows, Microsoft Office, Консультант Плюс, Zoom, Skype, антивирусная защита.

5.5. Иные сведения и (или) материалы

В рамках проведения государственной итоговой аттестации студентов программы магистратуры «Стратегический менеджмент международных минерально-сырьевых компаний», реализуемой в сетевой форме, предполагается привлечение представителей НИТУ «МИСиС» для участия в работе государственной аттестационной комиссии.

Лист регистрации внесенных изменений в программу государственной итоговой аттестации по итоговому государственному междисциплинарному экзамену по направлению подготовки и подготовке к защите и защите выпускной квалификационной работы (для обучающихся 2026 года набора)»

Программа государственной итоговой аттестации актуализирована на 20__/20_____ уч. год.
Протокол заседания кафедры № ___от «___» _____20___года.

Программа государственной итоговой аттестации актуализирована на 20__/20_____ уч. год.
Протокол заседания кафедры № ___от «___» _____20___года.

Программа государственной итоговой аттестации актуализирована на 20__/20_____ уч. год.
Протокол заседания кафедры № ___от «___» _____20___года.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Директор МИЭП
МГИМО МИД России В.И. Салыгин

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры мировых сырьевых рынков МИЭП МГИМО МИД России.

Протокол заседания кафедры от «22» февраля 2026 г. №7

Подпись заведующего выпускающей кафедрой: А.Е. Сарычев

СОГЛАСОВАНО:

Должность	**Подпись**	**Ф.И.О.**
Директор Научной библиотеки им. И.Г. Тюлина МГИМО МИД России		М.В. Решетникова
Заведующий кафедрой мировых сырьевых рынков МГИМО МИД России		А.Е. Сарычев