

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Кафедра мировой экономики и статистики

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического факультета



Д.Ю. Брюханов

(подпись)

«12» мая 2021 г.

Рабочая программа дисциплины
«Международная коммуникационная политика предприятия»

Направление подготовки
38.03.01 Экономика

Направленность (профиль)
Мировая экономика и международный бизнес

Форма обучения
Очная

Программа одобрена
на заседании кафедры
от «12» мая 2021 г., протокол № 9

Программа одобрена НМК
экономического факультета
протокол № 6 от «12» мая 2021 г.

Ярославль

1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «Международная коммуникационная политика предприятия» актуальна в связи с возрастающим значением прогнозов в принятии научно обоснованных, эффективных экономических решений в условиях процессов международной глобализации и региональной интеграции, расширения внешнеэкономических связей и различных форм экономического сотрудничества.

Целями освоения дисциплины (модуля) «*Международная коммуникационная политика предприятия*» являются:

- формирование у будущих специалистов необходимых для их практической работы знаний по применению методов оптимизации и статистики для решения управленческих задач;
- реализации этих методов на практике с помощью информационных технологий и программных продуктов.
- развитие у студентов интереса к прикладному применению полученных знаний для решения практических задач в анализе и управлении

Освоение курса должно содействовать:

- выработке навыков творческого подхода к решению задач анализа и управления;
- умению выбора эффективного метода решения;
- повышению профессиональных качеств будущих специалистов

Дисциплина «*Международная коммуникационная политика предприятия*» обеспечивает приобретение знаний и умений в соответствии с государственным образовательным стандартом, содействует прикладному характеру образования, формированию мировоззрения и развитию логического мышления.

2. Место дисциплины в структуре бакалавриата

Дисциплина «*Международная коммуникационная политика предприятия*» относится к вариативной части Блока 1 (курс по выбору) Б1.В.ДВ.09.

Для освоения данной дисциплины студенты должны предварительно прослушать курсы «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Внешекономическая деятельность предприятий и фирм». Отдельные темы дисциплины могут быть полезны при подготовке квалификационной работы, Отдельные темы дисциплины могут быть полезны при подготовке квалификационной работы, для конкретизации решения профессиональных задач сфере.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП бакалавриата

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ОП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
Профессиональные компетенции		
ПК-4 (ОУ) Способен к регистрации, учету, систематизации и формированию реестра документации по внешнеторговому	ПК-4 (ОУ)-1.4. Регистрирует, учитывает, систематизирует и формирует реестр документации по внешнеторговому	Знать: о порядке регистрации, учете и систематизации реестра документации по внешнеторговому контракту Уметь: систематизировать реестр документации по внешнеторговому контракту

контракту	контракту	
-----------	-----------	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации (по семестрам) <i>Формы ЭО и ДОТ (при наличии)</i>
			Контактная работа						
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестационные испытания	самостоятельная работа	
1	Теоретические основы управления коммуникациями	8	2					5	Рефераты
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>							3	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций - темы рефератов -вопросы
2	Комплекс коммуникаций в маркетинговой системе	8	2	2		1		5	Диалог-собеседование (устный опрос)
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>							3	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций - темы рефератов -вопросы
3	Коммуникации в PR-деятельности	8	2	2				5	Диалог-собеседование (устный опрос)
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>							3	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций - темы рефератов
4	Международная коммуникационная политика предприятия	8	4	4		1		10	
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>							8	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций - вопросы

									-тест
5	Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности	8	4	4		1		5	Диалог-собеседование (устный опрос)
6	Организация коммуникационной политики в Интернете	8	4	4				8	Диалог-собеседование (устный опрос)
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>							4	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - вопросы
7	Регистрация в поисковых системах и каталогах.	8	4	4		1		5	
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>							3	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - вопросы
8	Интернет-реклама	8	6	6		1		5	
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>							4	Материалы в LMS Moodle: - презентация; - вопросы -тест
								48	
							0,3	1,7	Зачет
	Итого	108	28	26		4	0,3	49,7	
	<i>в том числе с ЭО и ДОТ</i>	28							

Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Теоретические основы управления коммуникациями

Понятие коммуникации. Специфика коммуникаций организации. Целевые группы коммуникаций. Основное содержание коммуникационного менеджмента. Задачи коммуникационной политики.

Значимые направления коммуникационного менеджмента. Объект и субъект коммуникационного менеджмента, его целевые группы. Основное содержание коммуникационного менеджмента.

Аспекты коммуникации (информационный, интерактивный, нормативный, практический). Цели и функции коммуникаций в организации. Содержание коммуникативной функции.

Виды коммуникаций в организации. Специфика межличностных коммуникаций. Формы коммуникаций в организации. Коммуникационный процесс: элементы и барьеры.

Тема 2. Комплекс коммуникаций в системе маркетинга

Средства маркетинговых коммуникаций (реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, личная продажа, прямой маркетинг). Их особенности, преимущества, недостатки.

Стратегия маркетинговых коммуникаций. Модель межличностной (простой) коммуникации. Модель массовой коммуникации. Комплексная система маркетинговых

коммуникаций.

Тема 3. Коммуникации в PR-деятельности

Средства публичной коммуникации (методические, технические, электронно-программные). Личностные и технические средства коммуникации.

Методы коммуникативного воздействия. Социальная коммуникация. Социальное взаимодействие. Внутрисредовое взаимодействие. Целевой обмен информацией.

Управление PR-акциями: принципы и этапы их планирования, контроль PR-акций.

Тема 4. Международная коммуникационная политика организации

Маркетинговые средства коммуникаций. Коммуникативные стратегии. Рекламные кампании на международных рынках.

Технология планирования, организации и проведения коммуникационной политики организации. Институциональные условия управления коммуникациями.

Тема 5. Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности.

Краткая история развития интернет-бизнеса в России. Количественные и качественные характеристики интернет-аудитории. Формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в сети Интернет.

Тема 6. Организация коммуникационной политики в ИНТЕРНЕТЕ

Основные инструменты маркетинговых коммуникаций в ИНТЕРНЕТЕ. Принципы функционирования маркетинговых коммуникаций в Интернете и их использование для получения максимальной отдачи.

Web-сайт как основа коммуникаций в ИНТЕРНЕТЕ. Методы продвижения web-сайта в Интернете для привлечения целевой аудитории. Методы удержания посетителей сайта. Этапы создания Web-сайта. Модели бизнеса в

ИНТЕРНЕТЕ. Методы первоначального привлечения посетителей на Web-сайт. Методы удержания посетителей

Тема 7. Регистрация в поисковых системах и каталогах.

Основные поисковые системы и каталоги в России и за рубежом. Регистрация в каталогах. Оптимизация веб-сайта под поисковые системы.

E-mail маркетинг. Реклама по электронной почте. Создание и особенности работы с собственными рассылками.

Тема 8. Интернет-реклама.

Особенности интернет-рекламы. Форматы рекламных сообщений. Типы рекламных площадок. Проведение рекламных кампаний. Оценка эффективности. Другие способы продвижения. Партнерские отношения. Баннерообменные сети. Реклама в оффлайн.

5. Образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

Вводная лекция – дает первое целостное представление о дисциплине и ориентирует студента в системе изучения данной дисциплины. Студенты знакомятся с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки в целом. Дается краткий обзор курса, история развития науки и практики, достижения в этой сфере, имена известных ученых, излагаются перспективные направления исследований. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы.

Академическая лекция (или лекция общего курса) – последовательное изложение материала, осуществляемое преимущественно в виде монолога преподавателя.

Требования к академической лекции: современный научный уровень и насыщенная информативность, убедительная аргументация, доступная и понятная речь, четкая структура и логика, наличие ярких примеров, научных доказательств, обоснований, фактов.

Практическое (семинарское) занятие – занятие, посвященное практической отработке у студентов конкретных умений и навыков при изучении дисциплины, закреплению полученных на лекции знаний и оценке результатов обучения в процессе текущего контроля.

На первом практическом занятии в вводной части дается первое целостное представление о дисциплине. Студенты знакомятся с назначением и задачами дисциплины, её ролью и местом в образовательной программе. При этом озвучиваются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы. Продолжительность вводной части составляет не более 10-15 минут.

При проведении практических занятий используются такие инновационные методы обучения, как диалог-собеседование, коллективное обсуждение тематических вопросов, разбор практических ситуаций (метод кейсов), нормативных документов, теоретических и методических аспектов по темам дисциплины. Обсуждение и оценка правильности выполненных различного типа заданий, указанных в фонде оценочных средств рабочей программы, производится коллективно студентами под руководством преподавателя.

Консультации – групповые занятия, являющиеся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов в течение семестра. На консультациях по инициативе студентов рассматриваются и обсуждаются различные вопросы тематики дисциплины, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

В процессе обучения используются следующие технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии:

Электронный университет Moodle ЯрГУ, в котором присутствуют:

- задания для самостоятельной работы обучающихся по темам дисциплины;
- средства текущего контроля успеваемости студентов (тестирование);
- презентации и тексты лекций по темам дисциплины;
- представлен список учебной литературы, рекомендуемой для освоения дисциплины;
- представлена информация о форме и времени проведения консультаций по дисциплине в режиме онлайн;
- посредством форума осуществляется синхронное и (или) асинхронное взаимодействие между обучающимися и преподавателем в рамках изучения дисциплины.

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используется:

1) программное обеспечение:

- операционная система Windows;
- программы MicrosoftOffice;
- Adobe Acrobat Reader DC.

2) Электронный университет Moodle

3) информационные справочные системы, в т.ч. профессиональные базы данных:

- справочная правовая система ГАРАНТ;
- справочная правовая система КонсультантПлюс.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

а) Основная литература

1. Зеткина, О. В., Интернет-реклама: метод. указания / О. В. Зеткина; Яросл. гос. ун-т, Ярославль, ЯрГУ, 2011, 47с
2. Зеткина, О. В., Интернет-реклама [Электронный ресурс]: метод. указания / О. В. Зеткина; Яросл. гос. ун-т, Ярославль, ЯрГУ, 2011, 47с
<http://www.lib.uniyar.ac.ru/edocs/iuni/20110808.pdf>
3. Международная торговля : учебник для бакалавриата и магистратуры / Р. И. Хасбулатов [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 405 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05486-6
- Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/432805>

б) Дополнительная литература

1. Международный бизнес. Теория и практика : учебник для бакалавров / А. И. Погорлецкий [и др.]; под редакцией А. И. Погорлецкого, С. Ф. Сутырина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 733 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3256-0.
- Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/426103>
2. Семенова, Е.Е. Международная торговля : учебное пособие : [16+] / Е.Е. Семенова, Ю.П. Соболева. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015 — 260 с. — ISBN 978-5-4475-4662-5.
- Режим доступа: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278885>
3. Журнал «Мировая экономика и международные отношения».
- Текст: электронный — URL: <https://www.elibrary.ru>

в) ресурсы сети «Интернет»

1. . Аналитический обзор систем электронного документооборота,
<http://www.cio-world.ru/analytics/34692/>
2. Анташов В. и др. Разработка систем документооборота для корпорации,
<http://citforum.ru>
3. Электронный каталог Научной библиотеки ЯрГУ
(https://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php).
4. Электронная библиотечная система (ЭБС) издательства «Юрайт» (<https://www.urait.ru>).
5. Электронная библиотечная система (ЭБС) издательства «Проспект»
(<http://ebs.prospekt.org/>).
6. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://elibrary.ru>)
7. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online»
(www.biblioclub.ru).
8. <https://exportcenter76.ru/> - Центр экспорта ярославской области официальный сайт
9. Экономико-статистические ресурсы Internet:
 - www.gks.ru – Госкомстат РФ.
 - www.cbr.ru – Центральный банк Российской Федерации.
 - www.cca.gov.ru – Аналитический центр при правительстве Российской Федерации.
 - www.fcsn.ru – Федеральная служба по финансовым рынкам.

- www.rbk.ru – РБК (РосБизнесКонсалтинг).
- www.stat.hse.ru – Статистическая база данных НИУ ВШЭ.
- <http://prognoz.org> – Прогнозы и прогнозирование. Методы прогнозирования. Технологии.
- repec.org – RePEc (Research Papers in Economics) – база данных, содержащая статьи, различные материалы по экономике (на англ. яз.).
- www.cemi.rssi.ru – Центральный экономико-математический институт РАН (ЦЭМИ).
- www.forecast.ru/mainframe.asp – Центр макроэкономического анализа и прогнозирования.
- www.ecfor.ru – Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН.
- www.rtsnet.ru – Российская торговая система.
- www.micex.ru – Московская межбанковская валютная биржа.

8. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций,
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, хранящиеся на электронных носителях и обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Число посадочных мест в лекционной аудитории больше либо равно списочному составу потока, а в аудитории для практических занятий (семинаров) – списочному составу группы обучающихся.

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств

Число посадочных мест в аудитории для лабораторных работ больше половины списочного состава группы обучающихся

Автор:

Доцент кафедры мировой экономики и статистики, к.э.н



О.В.Зеткина

(подпись)

**Приложение №1 к рабочей программе дисциплины
«Международная коммуникационная политика предприятия»**

**Фонд оценочных средств
для проведения текущей и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине**

**1. Типовые контрольные задания или иные материалы,
необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности,
характеризующих этапы формирования компетенций**

**1.1. Контрольные задания и иные материалы, используемые в процессе текущей
аттестации**

Виды самостоятельной работы студента:

- Изучение учебной литературы, работа с конспектом лекций, презентациями, дисками и файлами с примерами и заданиями;
- Работа с данными, размещенными в сети Интернет;
- Анализ материалов и подготовка к текущим видам учебной работы и текущему академическому контролю;
- Написание рефератов, докладов, подготовка презентаций;
- Учебно-исследовательская работа, включая подготовку статей и докладов;
- Выполнение практических заданий;
- Подготовка к прохождению промежуточной аттестации

1) Темы рефератов (по избранным темам рабочей программы)

Тема 1. Теоретические основы управления коммуникациями.

- 1) Сущность коммуникации. Ее основные формы. Составные элементы коммуникационной политики.
- 2) Факторы, определяющие коммуникационную политику предприятия.
- 3) Международная коммуникационная политика.
- 4) Формирование коммуникационной политики предприятия.
- 5) Реклама как инструмент продвижения продукта.
- 6) Коммуникативные стратегии. Бизнес-план коммуникаций.

Тема 2. Комплекс коммуникаций в системе маркетинга.

1. Понятие маркетинговых коммуникаций.
2. Достоинства и недостатки основных элементов системы маркетинговых коммуникаций.
3. Определение PR. Становление PR.
4. PR и смежные понятия (маркетинг, коммуникация, реклама).
5. Направления PR. Внешний и внутренний PR.

Тема 3. Коммуникации в PR-деятельности.

1. Методы, инструменты и тактика PR. Основные понятия PR.
2. PR и средства массовой информации.
3. PR и создание бренда. Имиджмейкинг и PR.
4. Этапы развития PR в США.

5. Становление PR в России.
6. Прикладные направления и аспекты PR.
7. Корпоративный имидж как ресурс компании. Технологии создания корпоративного имиджа.
8. Имидж предприятия и поддержание его в современных условиях. Стратегия формирования имиджа.
9. Организационно-правовые основы коммуникационной политики.
10. Организация коммуникационной политики предприятия.
11. Понятие и значение организационных коммуникаций. Основные проблемы организационных коммуникаций.

Тема 4. Международная коммуникационная политика организации.

1. Маркетинговая политика коммуникаций.
2. Формирование коммуникационной политики организации (на примере различных сфер деятельности).
3. Коммуникационный менеджмент как профессия. Основные качества персонала, занятого коммуникациями.
4. Процесс личной продажи как один из элементов маркетинговой коммуникации.
5. Продвижение товаров: коммуникационная политика или политика продвижения.

Тема 6. Организация коммуникационной политики в ИНТЕРНЕТЕ.

- 1) Разработка и организация рекламной деятельности предприятия.
- 2) Принципы функционирования маркетинговых коммуникаций в Интернете.
- 3) Модели коммуникаций в Интернете.
- 4) Перспективы и проблемы современных средств коммуникационной политики.

2) Список вопросов к устному опросу

- 3) Понятие коммуникации. Специфика коммуникаций организации. Целевые группы коммуникаций.
- 4) Коммуникационная политика. Основное содержание. Задачи коммуникационной политики.
- 5) Средства маркетинговых коммуникаций (реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, личная продажа, прямой маркетинг). Стратегия маркетинговых коммуникаций.
- 6) Методы коммуникативного воздействия. Управление PR-акциями: принципы и этапы их планирования, контроль PR-акций.
- 7) Технология планирования, организации и проведения коммуникационной политики организации.
- 8) Цели маркетинговых коммуникаций. Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, PR, стимулирование сбыта, персональные продажи. Международные маркетинговые программы.
- 9) Целевые аудитории в международном маркетинге. Преимущества и недостатки стратегий стандартизации и индивидуализации международных рекламных компаний. Стимулирование сбыта в международном маркетинге.

PR в международном пространстве. Международные выставки и ярмарки.
Интегрированные маркетинговые коммуникации.

10) Организация коммуникационной политики в ИНТЕРНЕТЕ.

11) Основные инструменты маркетинговых коммуникаций в ИНТЕРНЕТЕ.

12) Web-сайт как основа коммуникаций в ИНТЕРНЕТЕ.

13) Этапы создания Web-сайта.

14) Модели бизнеса в ИНТЕРНЕТЕ.

15) Методы первоначального привлечения посетителей на Web-сайт. Методы удержания посетителей

3) Тесты

Тесты предусмотрены по темам:

Тема 4. Международная коммуникационная политика организации.

Тема 8. Интернет-реклама

Электронная база тестирования размещена в LMS Moodle. Данный способ позволяет автоматизировать получение результатов и сформировать у студента необходимые компетенции по овладению современными программными продуктами.

3) Критерии оценки форм текущего контроля

Критерии оценки реферата

Критериями оценки реферата являются: новизна текста, обоснованность выбора источников литературы, степень раскрытия сущности вопроса, соблюдения требований к оформлению.

Оценка «отлично» – выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствуют выводы.

Оценка «неудовлетворительно» — тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы или реферат не представлен вовсе.

Критерии оценки теста

Тест – инструмент оценивания уровня знаний студентов, состоящий из системы тестовых заданий, стандартизированной процедуры проведения, обработки и анализа результатов.

Оценка «отлично» выставляется при условии правильного ответа студента на более чем 85 % тестовых заданий.

Оценка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа студента на 71-85 % тестовых заданий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа на 56-70 % тестовых заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа на 55 % тестовых заданий и менее.

Критерии оценки тестирования в режиме самоконтроля

Тестирование в режиме самоконтроля подразумевает самостоятельное изучение соответствующего материала темы и нахождение правильного ответа на заранее предложенные вопросы с последующим изложением обоснованных ответов на них во время консультаций с преподавателем.

Оценка «отлично» выставляется при условии правильного ответа студента на более чем 85 % тестовых заданий.

Оценка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа студента на 71-85 % тестовых заданий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа на 56-70 % тестовых заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа на 55 % тестовых заданий и менее.

Критерии оценки устного опроса (диалога-собеседования)

Опрос – метод контроля знаний, заключающийся в осуществлении взаимодействия между преподавателем и студентом посредством получения от студента ответов на заранее сформулированные вопросы.

Оценка «отлично» выставляется за полный ответ на поставленный вопрос с включением в содержание ответа лекции, материалов учебников, дополнительной литературы без наводящих вопросов.

Оценка «хорошо» выставляется за полный ответ на поставленный в опрос в объеме лекции с включением в содержание ответа материалов учебников с четкими ответами на наводящие вопросы преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за ответ, в котором озвучено более половины требуемого материала, с положительным ответом на большую часть наводящих вопросов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется за ответ, в котором озвучено менее половины требуемого материала или не озвучено главное в содержании вопроса с отрицательными ответами на наводящие вопросы или студент отказался от ответа без предварительного объяснения уважительных причин.

Критерии оценки вопросов для самостоятельного изучения по шкале зачтено / не зачтено

Вопросы для самостоятельного изучения – метод контроля знаний, заключающийся в предварительном изучении заранее сформулированных вопросов по темам дисциплины с последующим ответом на них во время индивидуальных или групповых консультаций. Критерии оценки: правильность ответа на предложенный для самостоятельного изучения вопрос; культура речи.

Оценка «зачтено» – полное или частичное соответствие критериям.

Оценка «не зачтено» – несоответствие критериям.

Рекомендации для написания реферата

Реферат – это краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление. Его задачами являются: формирование умений самостоятельной работы студентов с источниками литературы, их систематизация; развитие навыков логического мышления; углубление теоретических знаний по

проблеме исследования. Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы и быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) с включением разделов: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д.

1.2. Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации

Практические задания для зачета

1. Создать web-сайт для выбранной фирмы или конкретного продукта, используя программный продукт Dreamweaver.
2. Разработать рекламный блок и разместить его на созданном сайте.
3. Предложить стратегию привлечения посетителей на сайт и их удержания.
4. Обосновать стратегию на основе формулы AIDA.
5. Оценить эффективность рекламной компании на основе основных показателей (CRT и т.п.).

2) Оценка ответа на зачете

Правила выставления оценки.

В значительной степени в получении оценки «зачтено» учитывается работа студента в течение семестра.

Оценка «зачтено» ставится в случае, если выполняются 2 условия:

- 1) студент полностью выполнил практическое задание не ниже на оценку, составляющую *не менее 60%* от максимально возможного количества баллов (6 баллов из 10)..
- 2) студент выполнил тесты по темам 4 и 8 *не ниже, чем на оценку «удовлетворительно»* (схема выставления оценки по тестам приведена выше в настоящей Программе).

Баллы по практическому заданию

Минимальный порог 6 баллов из 10.

- 10 баллов выставляется, если задание выполнено полностью, без недостатков и замечаний со стороны преподавателя.

- 8-9 баллов выставляется, если задание выполнено полностью, но с незначительными недостатками и замечаниями со стороны преподавателя.

-6-7 баллов выставляется, если задание выполнено не полностью, но не менее, чем на 50% .

Оценка «не зачтено» ставится в случае, если выполняется хотя бы одно из условий:

- 1) практическое задание выполнено менее, чем на 50% .
- 2) студент выполнил тесты по темам 4 и 8 *ниже, чем на оценку «удовлетворительно»* (схема выставления оценки по тестам приведена выше в настоящей Программе).

Приложение №2 к рабочей программе дисциплины «Международная коммуникационная политика предприятия»

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Успешное овладение дисциплиной **«Международная коммуникационная политика предприятия»** предусмотренное рабочей программой, предполагает выполнение ряда рекомендаций.

Следует внимательно изучить материалы, характеризующие курс **«Международная коммуникационная политика предприятия»** и определяющие целевую установку. Это поможет четко представить круг изучаемых проблем и глубину их постижения.

2. Необходимо знать подборку литературы, достаточную и необходимую для изучения предлагаемого курса. При этом следует иметь в виду, что нужна литература различных видов:

- а) учебники, учебные и учебно-методические пособия.
- б) монографии, сборники научных статей, публикаций в экономических журналах, представляющие эмпирический материал, а также многообразные аспекты анализа современного развития организаций;
- в) справочная литература – энциклопедии, экономические словари, раскрывающие категориально понятийный аппарат.
- г) аналитические материалы.

3. По большинству тем предусмотрены практические занятия, на которых происходит закрепление лекционного материала путем устного опроса и решения практических задач. Для успешного освоения дисциплины очень важно решение достаточно большого количества задач, как в аудитории, так и самостоятельно в качестве домашних заданий. Примеры решения задач разбираются на лекциях и практических занятиях, при необходимости по наиболее трудным темам проводятся дополнительные консультации. Основная цель решения задач – помочь усвоить фундаментальные понятия и основы механизма внешнеэкономической деятельности предприятий и фирм. Для решения всех задач необходимо знать и понимать лекционный материал. Поэтому в процессе изучения дисциплины рекомендуется регулярное повторение пройденного лекционного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо дома еще раз прорабатывать и при необходимости дополнять информацией, полученной на консультациях, практических занятиях или из учебной литературы.

4. Большое внимание должно быть уделено выполнению домашней работы. В качестве заданий для самостоятельной работы дома студентам предлагаются задачи, аналогичные разобранным на лекциях и практических занятиях или немного более сложные, которые являются результатом объединения нескольких базовых задач.

5. Для проверки и контроля усвоения теоретического материала и приобретенных практических навыков в течение обучения проводятся мероприятия текущей аттестации в виде устного опроса и контрольных работ. Также проводятся консультации (при необходимости) по разбору заданий для самостоятельной работы, которые вызвали затруднения.

6. В конце курса студенты сдают зачет. Вопросы к зачету представлены в программе. На самостоятельную подготовку к зачету выделяется 3 дня