

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Кузнецова Эмилия Васильевна  
Должность: Исполнительный директор  
Дата подписания: 11.12.2025 00:37:42  
Уникальный программный ключ:  
01e176f1d70ae109e92d86b7d8f33ec82fbb87d6

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Региональный институт бизнеса и управления»**

Рассмотрено и одобрено на заседании  
Ученого совета Протокол № 8 от 17  
апреля 2023 года, с изменениями и  
дополнениями, одобренными протоколами  
Ученого совета №23/24-02 от 26 января  
2024 года, №25/6 от 21 апреля 2025 года,  
№25/11 от 28 ноября 2025 года

УТВЕРЖЕНО

Проректор по учебно-воспитательной  
работе и качеству образования

Ю.Н.Паничкин

«28» ноября 2025 года



## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Б1.О.34 - МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ**

Направление подготовки / специальность 38.03.02 Менеджмент

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) / специализация «Международный менеджмент»

Для оценки сформированности компетенции:

**ОПК - 3** Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.

ОПК-3.1 Знает основные методы и модели принятия организационно-управленческих решений.

ОПК-3.2 Умеет обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения, оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений, проводить оценку организационных и социальных последствий принятых решений.

ОПК-3.3 Владеет навыками разработки обоснованных организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.

Рязань 2025

### **Закрытые задания на установление соответствия**

**Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст и установите соответствие**

#### **Общепрофессиональная компетенция ОПК-3**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 2 мин.**

**Задание 1 :** Установите соответствие между типами международной ориентации фирмы и их сущностным описанием.

Левый список	Правый список
А) Этноцентрическая	1) Компания рассматривает мир как единый рынок, стремится к глобальной стандартизации.
Б) Полицентрическая	2) Решения принимаются в штаб-квартире и транслируются филиалам.
В) Регионцентрическая	3) Управление децентрализовано: каждое подразделение адаптируется к локальному рынку.
Г) Геоцентрическая	4) Фокус на межнациональной интеграции внутри макрорегиона (ЕС, USMCA).

**Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:**

А	Б	В	Г

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 2 мин.**

**Задание 2:** Сопоставьте типы маркетинговых данных с примерами их источников.

Левый список	Правый список
А) Первичные количественные	1) UN Comtrade: статистика внешней торговли.
Б) Первичные качественные	2) Онлайн-анкета покупателей.
В) Вторичные количественные	3) Архив CRM-продаж компании.
Г) Вторичные внутренние	4) Глубинные интервью с opinion-leaders.

**Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:**

А	Б	В	Г

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 2 мин.**

**Задание 3:** Установите соответствие между методами выборки и их характеристикой.

Левый список	Правый список
А) Простая случайная	1) Отбор по заранее заданным долям пола и возраста.
Б) Квотная	2) Каждый элемент совокупности имеет равный шанс быть выбранным.
В) «Снежный ком»	3) Цепной набор респондентов через рекомендации.
Г) Экспертная	4) Отбор по профессиональной компетенции.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Индикатор: ИОПК-3.1

Время на ответ: 2 мин.

**Задание 4:** Сопоставьте формы выхода на рынок и уровень контроля/риска.

Левый список	Правый список
А) Косвенный экспорт	1) Высокий контроль, высокий риск, полная собственность активов.
Б) Лицензионное соглашение	2) Минимальный контроль, низкий риск, использование посредника.
В) Совместное предприятие	3) Средний контроль, разделение рисков с партнёром.
Г) 100 % дочерняя компания	4) Низкий контроль, средний риск, но direct-контакт с дилером.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Индикатор: ИОПК-3.1

Время на ответ: 2 мин.

**Задание 5:** Установите соответствие между конкурентными стратегиями М. Портера и условиями их эффективности на международном рынке.

Левый список	Правый список
А) Лидерство по издержкам	1) Узкий нишевой сегмент с уникальными потребностями.
Б) Дифференциация	2) Стандартизированный продукт, жёсткий контроль

Левый список	Правый список
	затрат.
<b>В) Фокус (ценовой)</b>	3) Широкий рынок, уникальность продукции, сильный бренд.
<b>Г) Фокус (дифференциация)</b>	4) Ниша, конкуренция ценой за счёт локальных издержек.

**Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:**

А	Б	В	Г

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 2 мин.**

**Задание 6:** Сопоставьте базисы **Инкотермс-2020** и включаемые расходы в экспортную цену.

Левый список	Правый список
<b>А) EXW</b>	1) Товар + погрузка на судно в порту отправления.
<b>Б) FOB</b>	2) Товар и расходы продавца до склада покупателя, включая пошлины.
<b>В) CIF</b>	3) Товар, фрахт, страхование до порта назначения.
<b>Г) DDP</b>	4) Только товар на складе продавца.

**Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:**

А	Б	В	Г

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 2 мин.**

**Задание 7:** Сопоставьте методы установления экспортной цены и их характеристику.

Левый список	Правый список
<b>А) Cost-Plus</b>	1) Цена формируется от воспринимаемой ценности потребителем.
<b>Б) Конкурентное</b>	2) Отправная точка — прайс-лидеры отрасли.
<b>В) Ценностное</b>	3) Издержки + целевой маржинальный процент.
<b>Г) Дифференцированное</b>	4) Разные цены по странам с учётом эластичности спроса.

**Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:**

<b>А</b>	<b>Б</b>	<b>В</b>	<b>Г</b>

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 2 мин.**

**Задание 8:** Установите соответствие между **уровнями продукта (Котлер)** и включаемыми элементами.

<b>Левый список</b>	<b>Правый список</b>
<b>А) Ядро</b>	1) Физические характеристики, бренд, дизайн.
<b>Б) Реальный продукт</b>	2) Будущие улучшения, расширение ассортимента.
<b>В) Расширенный продукт</b>	3) Сервис, гарантия, доставка.
<b>Г) Потенциальный продукт</b>	4) Нематериальная выгода, ради которой покупают.

**Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:**

<b>А</b>	<b>Б</b>	<b>В</b>	<b>Г</b>

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 2 мин.**

**Задание 9 :** Сопоставьте **стратегии продуктовой адаптации** и их краткое описание.

<b>Левый список</b>	<b>Правый список</b>
<b>А) Полная стандартизация</b>	1) Создание радикально нового продукта для потребностей рынка.
<b>Б) Частичная адаптация</b>	2) Изменение вкуса/упаковки, ядро сохраняется.
<b>В) Инновация для рынка</b>	3) Никаких изменений, кроме языка инструкции.
<b>Г) Двухуровневая адаптация</b>	4) Редизайн ядра и расширенных атрибутов одновременно.

**Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:**

<b>А</b>	<b>Б</b>	<b>В</b>	<b>Г</b>

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 2 мин.**

**Задание 10:** Сопоставьте инструменты **комплексных маркетинговых коммуникаций (ИМС)** и их ключевые задачи.

Левый список	Правый список
А) Реклама	1) Установление персонального контакта и завершение сделки.
Б) PR	2) Платное неличное продвижение идеи или товара.
В) Личные продажи	3) Управление взаимоотношениями со СМИ и общественностью.
Г) Цифровой маркетинг	4) Диалог в реальном времени, персонализированный контент.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Индикатор: ИОПК-3.2

Время на ответ: 2 мин.

**Задание 11:** Соотнесите **цифровые КРІ** с их содержанием.

Левый список	Правый список
А) CTR	1) Средняя стоимость целевого действия.
Б) CPA	2) Соотношение дохода от рекламы к затратам.
В) ROAS	3) Доля ушедших со страницы без взаимодействия.
Г) Bounce Rate	4) Отношение кликов к показам объявления.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Индикатор: ИОПК-3.2

Время на ответ: 2 мин.

**Задание 12:** Установите соответствие между **видами упаковки** и их основной функцией.

Левый список	Правый список
А) Транспортная	1) Группировка нескольких единиц для логистики.
Б) Потребительская	2) Минимизация экологического следа.
В) Групповая	3) Защита при международной перевозке.
Г) Экологичная	4) Информирование и удобство для конечного пользователя.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

<b>А</b>	<b>Б</b>	<b>В</b>

**Индикатор:** ИОПК-3.2

**Время на ответ:** 2 мин.

**Задание 13:** Сопоставьте **объекты интеллектуальной собственности** и защищаемые ими элементы.

<b>Левый список</b>	<b>Правый список</b>
<b>А) Патент</b>	1) Визуально-эстетический облик изделия.
<b>Б) Товарный знак</b>	2) Технологическое решение, обеспечивающее новизну.
<b>В) Промышленный образец</b>	3) Название, логотип, слоган.
<b>Г) Коммерческая тайна</b>	4) Конфиденциальная информация, дающая преимущество.

**Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:**

<b>А</b>	<b>Б</b>	<b>В</b>	<b>Г</b>

**Индикатор:** ИОПК-3.3

**Время на ответ:** 2 мин.

**Задание 14:** Сопоставьте **маркетинговые KPI** и их вычислительный смысл.

<b>Левый список</b>	<b>Правый список</b>
<b>А) Market Share</b>	1) Отношение стоимости привлечения к пожизненной прибыли клиента.
<b>Б) CLV</b>	2) Доля продаж компании в общем объеме рынка.
<b>В) SAC</b>	3) Прогнозный доход от клиента за всю историю отношений.
<b>Г) NPS</b>	4) Индекс готовности рекомендовать бренд.

**Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:**

<b>А</b>	<b>Б</b>	<b>В</b>	<b>Г</b>

**Индикатор:** ИОПК-3.3

**Время на ответ:** 2 мин.

**Задание 15:** Соотнесите **источники маркетинг-интеллидженс** и тип сигналов о новых возможностях.

Левый список	Правый список
А) Таможенная статистика	1) Прорывные технологии и патентные кластеры.
Б) Соц-медиа мониторинг	2) Изменения объёмов импорта/экспорта.
В) Патентные базы	3) Тренды потребительских настроений.
Г) Венчурные новости	4) Горячие сегменты, куда идут инвестиции.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Индикатор: ИОПК-3.3

Время на ответ: 2 мин.

**Задание 16:** Установите соответствие между **принципами CSR (ISO 26000)** и их кратким описанием.

Левый список	Правый список
А) Прозрачность	1) Учёт ожиданий заинтересованных сторон.
Б) Подотчётность	2) Открытое раскрытие информации о действиях и воздействии.
В) Вовлечение стейк-холдеров	3) Готовность принять ответственность за последствия решений.
Г) Принцип законности	4) Соблюдение всех применимых нормативных актов.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

#### Ключи к заданиям

Номер вопроса	Правильный вариант ответа
1	А → 2 Б → 3 В → 4 Г → 1
2	А → 2 Б → 4 В → 1 Г → 3
3	А → 2 Б → 1 В → 3 Г → 4
4	А → 2 Б → 4 В → 3 Г → 1
5	А → 2 Б → 3 В → 4 Г → 1
6	А → 4 Б → 1 В → 3 Г → 2
7	А → 3 Б → 2 В → 1 Г → 4
8	А → 4 Б → 1 В → 3 Г → 2
9	А → 3 Б → 2 В → 1 Г → 4
10	А → 2 Б → 3 В → 1 Г → 4
11	А → 4 Б → 1 В → 2 Г → 3
12	А → 3 Б → 4 В → 1 Г → 2
13	А → 2 Б → 3 В → 1 Г → 4



14	$A \rightarrow 2$ $B \rightarrow 3$ $V \rightarrow 1$ $\Gamma \rightarrow 4$
15	$A \rightarrow 2$ $B \rightarrow 3$ $V \rightarrow 1$ $\Gamma \rightarrow 4$
16	$A \rightarrow 2$ $B \rightarrow 3$ $V \rightarrow 1$ $\Gamma \rightarrow 4$

### Закрытые задания на установление последовательности

**Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст и установите последовательность**

### Общепрофессиональная компетенция ОПК-3

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 1:** (Закрытый вопрос на установление последовательности)  
Определите порядок разработки **социально-ответственной** международной маркетинговой стратегии.

Варианты ответа:

- А) Определение значимых социальных проблем стран-целей
- Б) Формирование целей CSR-стратегии и KPI
- В) Интеграция CSR-инициатив в маркетинг-микс
- Г) Мониторинг и публичная отчётность по эффекту

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 2:** Расставьте этапы **decision-support-исследования** для выбора рынка, если продукт связан с социальной чувствительностью.

Варианты ответа:

- А) Определение ключевых социально-этических индикаторов (SEI)
- Б) Сбор вторичных данных по SEI
- В) Построение многофакторной модели ранжирования стран
- Г) Выбор топ-3 государств для пилота

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 3:** Определите правильную последовательность **краудсорс-исследования** для теста устойчивой упаковки сразу в трёх странах.

Варианты:

- А) Отбор онлайн-платформ и модераторов
- Б) Запуск челленджа с прототипом
- В) Сбор идей и быстрый контент-анализ
- Г) Приоритизация идей и формирование MVP-дорожной карты

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 4:** Определите правильную последовательность **краудсорс-исследования** для теста устойчивой упаковки сразу в трёх странах.

Варианты:

- А) Отбор онлайн-платформ и модераторов
- Б) Запуск челленджа с прототипом
- В) Сбор идей и быстрый контент-анализ
- Г) Приоритизация идей и формирование MVP-дорожной карты

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 5:** Определите порядок внедрения **модельной фабрики (lighthouse)** в принимающей стране с высокой безработицей.

Варианты:

- А) Подписание меморандума о КРІ занятости с правительством
- Б) Создание учебных центров на базе техникумов
- В) Запуск пилотного производственного участка «Industry 4.0»
- Г) Масштабирование и полный трансфер технологий

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 6:** Определите порядок подготовки **дифференцированной ценовой политики** для социально уязвимых групп в развивающейся стране.

Варианты:

- А) Идентификация групп через соц-дем. данные
- Б) Расчёт перекрёстного субсидирования (tier-pricing)
- В) Согласование модели с регулятором и NGO
- Г) Запуск пилота и сбор обратной связи

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 7** Расположите этапы создания **системы валютного хеджирования** для экспортных поставок жизненно важных лекарств.

Варианты:

- А) Оценка валютных потоков и экспозиции
- Б) Выбор инструментов (форварды, опционы, NDF)
- В) Утверждение лимитов и контрагентов казначейством
- Г) Мониторинг эффективности и корректировка политики

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 8:** Определите последовательность адаптации рецептуры напитка под **халаль-нормы** в стране ввоза.

Варианты:

- А) Анализ шариатских требований к ингредиентам
- Б) Замена/исключение запрещённых компонентов
- В) Получение сертификата Halal
- Г) Информирование потребителей на этикетке

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 9:** Расставьте шаги внедрения концепции **Design for Recycling** для транспортной упаковки.

Варианты:

- А) Проведение LCA-аудита текущей упаковки
- Б) Редизайн материалов и конструкций
- В) Запуск пилотного партнёрства с переработчиком
- Г) Масштабирование решения на всю линейку

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 10:** Определите порядок локализации коммуникационной кампании **против пищевых отходов**.

Варианты:

- А) Исследование культурных табу и привычек питания
- Б) Разработка локальных ключевых сообщений
- В) А/В-тест креативов в цифровых каналах
- Г) Массовый запуск кампании

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 11:** Расставьте шаги построения **омниканальной поддержки клиентов с ОВЗ** (ограниченными возможностями здоровья).

Варианты:

- А) Аудит цифровых и офлайн-барьеров доступа
- Б) Обучение персонала инклюзивному сервису
- В) Запуск адаптивных каналов (voice-bot, web-accessibility)
- Г) Оценка NPS-OWD и корректировка процессов

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 12:** Определите последовательность сертификации **биоразлагаемой транспортной упаковки** для ЕС.

Варианты:

- А) Проверка регламента EN 13432

- Б) Проведение лабораторных испытаний (компост, токсичность)
- В) Подготовка техдосье для аккредитованного органа
- Г) Получение маркировки «OK Compost Industrial/Home»

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 13:** Расположите шаги реинжиниринга цепочки поставок для **сокращения выбросов CO<sub>2</sub>** (Score 3).

Варианты:

- А) Сбор данных по CO<sub>2</sub> от поставщиков (Scope 3 inventory)
- Б) Оптимизация маршрутов и модальность (морской → железнодорожный)
- В) Заключение контрактов на зелёную электроэнергию (PPA)
- Г) Отчёт CDP и валидация целей SBTi

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 14:**

Определите последовательность подачи **РСТ-заявки** для стартапа с социальным продуктом.

Варианты:

- А) Патентный поиск и оценка патентоспособности
- Б) Подача международной заявки РСТ
- В) Получение международного поискового отчёта (ISR)
- Г) Выбор национальных фаз и подача локальных пакетов

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 15:** Определите порядок развёртывания системы KPI для **социального импакта** международного проекта.

Варианты:

- А) Определение метрик (SROI, % local employment)
- Б) Сбор базовой линии (baseline)
- В) Интеграция данных в BI-панель
- Г) Ежеквартальный пересмотр целей и отчёт

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 16:** Расставьте шаги создания **системы раннего обнаружения репутационных кризисов**.

Варианты:

- А) Настройка соц-media-listening и новостных алертов
- Б) Определение триггер-слов и порогов чувствительности
- В) Разработка сценариев реагирования и ответственных
- Г) Проведение тренировок (fire-drills)

**Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:**

--	--	--	--

**Ключи к заданиям**

Номер вопроса	Правильный вариант ответа
1	А,Б,В,Г
2	А,В,Б,Г
3	А,Б,В,Г
4	Б,В,А,Г
5	А,Б,В,Г
6	А,Б,В,Г
7	А,Б,В,Г
8	А,Б,В,Г
9	А,Б,В,Г
10	В,Б,А,Г
11	А,Б,В,Г
12	А,Б,В,Г
13	А,Б,В,Г
14	А,Б,В,Г
15	А,Б,В,Г
16	А,Б,В,Г

**Открытые задания с развернутым ответом**

**Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ**

### **Общепрофессиональная компетенция ОПК-3**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 1:** Что такое «stakeholder-mapping» в международном маркетинге?

**Поле для ответа:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 3 мин.**

**Задание 2:** Как культура высокой контекстности влияет на формирование коммуникационной стратегии бренда?

**Поле для ответа:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 3:** Чем отличается фокус-группа от глубинного интервью по возможностям выявления инсайтов?

**Поле для ответа:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 4:** Какие основные типы ошибок выборки существуют в полевых исследованиях?

**Поле для ответа:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 5:** Почему паритетное 50/50 совместное предприятие снижает политический риск по сравнению с 100 % иностранным филиалом?

**Поле для ответа:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 6:** Что случится с ROI экспортного проекта, если валюта страны-покупателя обесценится на 20 %, а цена зафиксирована в местной валюте?

**Поле для ответа:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 7:** Что такое валютная оговорка в экспортном контракте?

**Поле для ответа:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 8:** Как price discrimination (geo-pricing) может одновременно увеличить прибыль и социальную доступность продукта?

**Поле для ответа:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 9:** Что означает термин Design for Recycling?

**Поле для ответа:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 10:** Какой способ адаптации упаковки быстрее снизит углеродный след: уменьшение массы пластика на 10 % или перевод на био-РЕ при прежней массе, и почему?

**Поле для ответа:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 11:** Что такое Engagement Rate в социальных сетях?

**Поле для ответа:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 12:** Что произойдёт с САС, если конверсия лендинга увеличится с 2 % до 4 % при неизменном бюджете на трафик?

**Поле для ответа:**

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 13:** Что такое транспортная упаковка?

**Поле для ответа:**

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 14:** Как international search report (ISR) помогает стартапу до выхода в национальные фазы РСТ?

**Поле для ответа:**



**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 15:** Как вы считаете, какой KPI следует добавить, чтобы финансовый отчёт также отражал социальный импакт проекта?

**Поле для ответа:**

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 4 мин.**

**Задание 16:** Проанализируйте ситуацию: мониторинг обнаружил всплеск негативных упоминаний бренда из-за экологического скандала поставщика. Какой первый шаг вы предпримете?

**Поле для ответа:**

**Ключи к заданиям**

Номер вопроса	Ответ (развернутое обоснование)
1	Stakeholder-mapping фиксирует, кто выигрывает или теряет от рынка/кампании, оценивает их мощьность и степень интереса, создавая матрицу «влияние-важность».
2	В таких культурах смысл часто скрыт в подтексте, поэтому прямолинейная реклама работает хуже.
3	Фокус-группа раскрывает социальную динамику и конфликт мнений, интервью — глубину личной мотивации без группового давления.
4	Случайная (статистическая) и систематическая (смещение).
5	Локальный партнёр разделяет ответственность и выравнивает интересы с государством, уменьшая вероятность неблагоприятных мер.
6	ROI снизится примерно на 20 % (в валюте отчётности), если компания не применит хеджирование.
7	Условие, автоматически корректирующее цену при изменении курса сверх оговорённого порога.
8	Высокий паритет цен в развитых странах субсидирует более низкие цены в развивающихся, расширяя охват без потери суммарной маржи.
9	Цель — минимизировать отходы в конце жизненного цикла.
10	Уменьшение массы на 10 % быстрее снижает CO <sub>2</sub> , поскольку уменьшает и производство, и логистику без новой сырьевой цепочки.
11	Отношение суммы взаимодействий (лайков, комментариев, репостов) к количеству показов или подписчиков, выраженное в процентах.
12	$CAC = AdSpend \div Clients$ ; клиенты $\propto$ конверсии.
13	Короб-шиппер, поддон, стретч-плёнка формируют логистическую единицу, уменьшая повреждения.
14	ISR показывает близкие аналоги и риски отказов.
15	SROI учитывает экономию госрасходов, рост доходов домохозяйств, качество жизни, выраженные в валюте.
16	Прекращение закупок закрывает «кран» риска, аудит определит масштаб; затем разрабатывается план замещения.

## **Закрытые задания с выбором одного правильного ответа и обоснованием выбора**

**Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа**

### **Общепрофессиональная компетенция ОПК-3**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 5 мин.**

**Задание 1:** Какое определение **наилучшим образом** описывает модель *геоцентрической* ориентации управления?

Варианты ответа:

- А) Решения централизованно принимаются в штаб-квартире и распространяются на все подразделения
- Б) Каждое национальное подразделение полностью автономно и адаптирует продукты под локальный рынок
- В) Компания рассматривает весь мир как единый рынок, комбинируя глобальную стандартизацию с локальной релевантностью
- Г) Управление осуществляется на уровне макрорегионов (НАФТА, ЕС), где стандартизируется маркетинг-микс

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 6 мин.**

**Задание 2:** Какой **первый** шаг следует предпринять, если корпоративный бренд столкнулся с обвинениями в культурной апроприации в новой стране?

Варианты ответа:

- А) Немедленно удалить рекламные материалы
- Б) Провести аудит с привлечением локальных культурных экспертов
- В) Подать иск о защите деловой репутации
- Г) Запустить ценовое промо, чтобы отвлечь внимание

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 5 мин.**

**Задание 3:** Какой источник данных относится к **внешним вторичным количественным** данным?

Варианты ответа:

- А) Отчёты UN Comtrade о внешней торговле

- Б) CRM-база продаж компании
- В) Онлайн-опрос, проведённый фирмой
- Г) Интервью с ключевыми дистрибьюторами

- В) Япония
- Г) Бразилия

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 6 мин.**

**Задание 4:** Какой метод выборки **оптимален** для исследования скрытого потребительского поведения в субкультурах?

Варианты ответа:

- А) Простая случайная выборка
- Б) «Снежный ком»
- В) Стратифицированная пропорциональная выборка
- Г) Квотная выборка

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 5 мин.**

**Задание 5:** Какой способ выхода на рынок обеспечивает **минимальный инвестиционный риск** для компании?

Варианты ответа:

- А) Зеленфилд-инвестиция
- Б) Лицензионное соглашение
- В) Совместное предприятие 50/50
- Г) Прямой экспорт

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 6 мин.**

**Задание 6:** Какой инструмент **наиболее эффективен** для снижения политического риска при создании совместного предприятия?

Варианты ответа:

- А) Валютный форвард

- Б) Страхование MIGA (Всемирный банк)
- В) Ценообразование cost-plus
- Г) Паритетная структура управления (паритет советов директоров)

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 5 мин.**

**Задание 7:** Какой базис Инкотермс означает, что **все** расходы и риски до «двери» покупателя несёт продавец?

Варианты ответа:

- А) EXW
- Б) FOB
- В) CIF
- Г) DDP

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 6 мин.**

**Задание 8:** Какой метод установления экспортной цены **основан** на восприятии ценности потребителем?

Варианты ответа:

- А) «Cost-Plus»
- Б) «Target-Costing»
- В) «Value-Based»
- Г) «Конкурентное»

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 5 мин.**

**Задание 9:** Какой уровень продукта включает **гарантию и послепродажный сервис**?

Варианты ответа:

- А) Ядро продукта
- Б) Реальный продукт
- В) Расширенный продукт
- Г) Потенциальный продукт

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 5 мин.**

**Задание 10** Какой фактор **чаще всего** вынуждает менять дизайн упаковки при выходе на рынок ЕС?

Варианты ответа:

- А) Регламент по обязательной пищевой маркировке (EU 1169/2011)
- Б) Высокая стоимость полиграфии
- В) Конкуренция локальных брендов
- Г) Низкая покупательная способность

Г) Поведенческий

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 5 мин.**

**Задание 11** Какой цифровой канал обеспечивает **наименьшую стоимость** точечного охвата глобальной аудитории B2C?

Варианты ответа:

- А) Телевизионная реклама
- Б) Поисковое контекстное объявление (SEM)
- В) Прямая рассылка каталогов
- Г) Наружная реклама в аэропортах

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 5 мин.**

**Задание 12:** Какой KPI **лучше всего** измеряет вовлечённость аудитории в Instagram-кампании?

Варианты ответа:

- А) Количество подписчиков
- Б) Engagement Rate (лайки+комментарии ÷ охват)
- В) CPM
- Г) Время просмотра Stories

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 6 мин.**

**Задание 13:** Какая упаковка предназначена прежде всего для **международной логистики и складирования**?

Варианты ответа:

- А) Потребительская
- Б) Групповая
- В) Транспортная
- Г) Экологичная

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 6 мин.**

**Задание 14:** Какой объект ИС необходимо зарегистрировать, чтобы защитить **внешний вид** нового дизайна чайника?

Варианты ответа:

- А) Патент на изобретение
- Б) Товарный знак
- В) Промышленный образец
- Г) Коммерческая тайна

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 6 мин.**

**Задание 15:** Какой показатель прямо измеряет **окупаемость рекламных вложений**?

Варианты ответа:

- А) CTR
- Б) CPA
- В) ROAS
- Г) Bounce Rate

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 6 мин.**

**Задание 16:** Какой шаг является **первым** при создании системы раннего предупреждения о репутационных кризисах?

Варианты ответа:

- А) Определение триггер-слов и порогов чувствительности
- Б) Настройка мониторинга соцсетей и новостных лент
- В) Разработка сценариев реагирования
- Г) Проведение регулярных тренировок («fire-drills»)

**Ответ:**

**Обоснование**

**Ключи к заданиям**

Номер вопроса	Ответ	Ответ (развернутое обоснование)
1	В	Геоцентризм соединяет глобальную эффективность и локальную адаптацию.
2	Б	Устранение материалов (А) может потребоваться, но без аудита шаг не обоснован; иск (В) усугубит репутационный кризис; промо-акция (Г) воспринимается как манипуляция.
3	А	UN Comtrade — уже собранная внешняя статистика.
4	Б	Цепной набор респондентов позволяет достичь труднодоступные группы.
5	Г	Прямой экспорт не требует создания активов за рубежом
6	Б	Форвард - о валюте; cost-plus - о марже; паритет управления важен, но не покрывает внешние политические события.
7	Г	EXW — минимум, FOB — до борта судна, CIF — до порта назначения, DDP — до склада покупателя.
8	В	Цена ставится, исходя из готовности клиента платить.
9	В	Сервис и гарантия относятся к расширенному уровню.
10	А	Несоблюдение регламента ведёт к штрафам и отзыву продукта; экономические и конкурентные факторы вторичны.
11	Б	SEM управляется по модели CPC и масштабируется по странам.
12	Б	Подписчики показывают базу, CPM - цену, время Stories частично отражает интерес; ER объединяет активные взаимодействия.
13	В	Транспортная защищает груз и формирует паллету.
14	В	Образец охраняет эстетическое решение.
15	В	ROAS = доход ÷ расходы на рекламу.
16	Б	Нужно сначала получить данные, прежде чем задавать триггеры и реакции.

**Закрытые задания с выбором нескольких вариантов ответа и развернутым обоснованием выбора**

**Инструкция для выполнения задания:** прочитайте текст, выберите все правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов

**Общепрофессиональная компетенция ОПК-3**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 7 мин.**

**Задание 1:** Какие подходы помогают компании **обоснованно** учитывать социальную значимость решений при выходе на новый рынок?

✓ Выберите несколько правильных ответов:

1. Stakeholder-mapping (картирование заинтересованных сторон)
2. Игнорирование локальных культурных норм
3. Анализ показателя Social Return on Investment (SROI)
4. Жёсткая централизация всех маркетинг-решений в штаб-квартире
5. Проведение общественных консультаций (public hearings) перед запуском проекта

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 7 мин.**

**Задание 2:** Какие элементы входят в **чек-лист кризисного реагирования** бренда на обвинения в культурной апроприации?

✓ Выберите несколько правильных ответов:

1. Независимый культурный аудит кампании
2. Мгновенный иск к СМИ за клевету
3. Создание межфункциональной антикризисной группы
4. Публичное признание и план корректирующих действий
5. Соккрытие всех связанных материалов в архивах компании

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 7 мин.**

**Задание 3:** Какие показатели чаще всего используют для оценки **ёмкости внешнего рынка** при первичном скрининге?

✓ Выберите несколько правильных ответов:

1. Импорт категории товара
2. Количество локальных конкурентов
3. ВВП на душу населения (PPS)
4. Индекс восприятия коррупции (CPI)
5. Темп роста категории за 3 года

**Ответ:**



**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.1**

**Время на ответ: 7 мин.**

**Задание 4:** Какие методы наиболее подходят для **сбора первичных качественных данных** в труднодоступных субкультурах?

☒ *Выберите несколько правильных ответов:*

1. Глубинные интервью (in-depth)
2. Онлайн-панельные опросы на общегородской выборке
3. «Снежный ком» (snowball sampling)
4. Фокус-группы с лидерами мнений субкультуры
5. Телефонный CATI-опрос случайных номеров

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 8 мин.**

**Задание 5:** Какие формы выхода на рынок характеризуются **отсутствием прямых иностранных инвестиций**?

☒ *Выберите несколько правильных ответов:*

1. Косвенный экспорт
2. Прямой экспорт
3. Лицензионное соглашение
4. Совместное предприятие
5. Greenfield-инвестиция

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 8 мин.**

**Задание 6:** Какие инструменты **прямо** уменьшают политический риск совместного предприятия?

☒ *Выберите несколько правильных ответов:*

1. Страхование MIGA
2. Опционы на курс местной валюты
3. Включение госфонда в капитал проекта

4. Арбитражная оговорка ICSID
5. Фиксация цены на сырьё долгосрочным контрактом

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 8 мин.**

**Задание 7:** Какие расходы включаются в экспортную цену при базисе **CIF**?

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. Себестоимость товара EXW
2. Фрахт до порта назначения
3. Страхование груза
4. Ввозная пошлина страны-импортёра
5. Доставка от порта до склада покупателя

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 8 мин.**

**Задание 8:** Какие инструменты помогают компании хеджировать валютный риск при длительных экспортных контрактах?

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. Валютная оговорка (currency clause)
2. Форвардный контракт
3. Натуральный хедж через локальные закупки
4. Переход на единую глобальную цену
5. Валютный опцион «call»

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 8 мин.**

**Задание 9:** Какие элементы относятся к **расширенному продукту** в B2B-сегменте?

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. Расширенная гарантия 24/7

2. Базовые технические характеристики
3. Обучение персонала заказчика
4. Сервис-контракт на запасные части
5. Физический дизайн изделия

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.2**

**Время на ответ: 8 мин.**

**Задание 10:** Какие причины наиболее часто приводят к **полной стандартизации** продукта на внешнем рынке?

☒ *Выберите несколько правильных ответов:*

1. Однородные потребности клиентов
2. Высокие затраты на R&D-адаптацию
3. Жёсткие локальные регламенты
4. Низкая эластичность спроса по цене
5. Сильная монополия местного дистрибьютора

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 7 мин.**

**Задание 11:** Какие инструменты входят в **цифровой ИМС-микс** бренда при выходе на developing-рынок?

☒ *Выберите несколько правильных ответов:*

1. SEO
2. Радиореклама
3. Influencer-marketing
4. Programmatic display
5. Каталоги direct-mail

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 7 мин.**

**Задание 12:** Какие KPI отражают **performance-эффективность** e-commerce-кампании?

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. CTR
2. CPA
3. ROAS
4. Reach
5. Share of Voice

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 7 мин.**

**Задание 13:** Какие документы проверяют при сертификации **транспортной упаковки** в США?

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. ASTM D4169 отчёт о вибротесте
2. FDA Food Contact Letter
3. ISTA 3A отчёт о падениях
4. CE-декларация соответствия
5. UN 38.3 сертификат на литиевые батареи

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 8 мин.**

**Задание 14:** Преимущества подачи **РСТ-заявки** вместо прямого патентования в каждой стране:

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. «Буфер» 30 месяцев для выбора стран
2. Меньшие окончательные пошлины за национальные фазы
3. Международный поисковый отчёт (ISR)
4. Немедленная охрана во всех странах без дополнительных действий
5. Возможность привлечь инвесторов до крупных затрат

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 7 мин.**

**Задание 15:** Какие KPI помогают оценить **социальную эффективность** международного проекта?

✔ Выберите несколько правильных ответов:

1. SROI
2. EBITDA margin
3. Net Promoter Score (NPS)
4. Доля локальной занятости
5. CAC

**Ответ:**

**Обоснование:**

**Индикатор: ИОПК-3.3**

**Время на ответ: 7 мин.**

**Задание 16:** Какие элементы формируют **систему раннего обнаружения** репутационных кризисов?

✔ Выберите несколько правильных ответов:

1. Соц-media-listening в реальном времени
2. Определение триггер-слов и пороговых метрик
3. Разработка шаблонов ответов для СМИ
4. Проведение ежегодного исследования удовлетворённости сотрудников
5. Интеграция алертов в мобильное приложение топ-менеджеров

**Ответ:**

**Обоснование:**

#### **Ключи к заданиям**

Номер вопроса	Ответ	Ответ (развернутое обоснование)
1	1, 3, 5	Картирование, SROI и публичные консультации структурируют социальные эффекты решения.
2	1, 3, 4	Аудит, кросс-функциональная команда и открытая коммуникация снижают репутационный ущерб.
3	1, 3, 5	Импорт, покупательная способность и динамика спроса формируют размер рынка.
4	1, 3, 4	Интервью, цепная выборка и фокус-группы дают инсайты в закрытых сообществах.
5	1, 2, 3	Экспорт и лицензия не требуют создания активов за рубежом.
6	1, 3, 4	MIGA, государственный миноритарий и международный арбитраж снижают риск экспроприации/регуляторных изменений.
7	1, 2, 3	CIF охватывает товар, фрахт и страховку до порта прибытия.

8	1, 2, 3, 5	Оговорка, деривативы и операционный хедж снижают волатильность.
9	1, 3, 4	Гарантия, обучение и сервис формируют послепродажную ценность.
10	1, 2	Гомогенный спрос и дорогая адаптация делают стандартизацию выгодной
11	1, 3, 4	SEO, лидеры мнений и таргет-display формируют охват и доверие онлайн.
12	1, 2, 3	CTR — верх воронки, CPA — стоимость конверсии, ROAS — окупаемость.
13	1, 3, 5	ASTM и ISTA оценивают механическую защиту, UN 38.3 — батареи в грузе.
14	1, 3, 5	РСТ даёт время, аналитический отчёт и повышает инвестиционную привлекательность.
15	1, 3, 4	SROI, NPS и локальная занятость отражают социальный импакт.
16	1, 2, 3, 5	Мониторинг, триггеры, шаблоны реакции и мгновенные алерты ускоряют ответ.