

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кузнецова Эмилия Васильевна
Должность: Исполнительный директор
Дата подписания: 19.06.2025 11:35:33
Уникальный программный ключ:
01e176f1d70ae109e92d86b7d8f33ac82fb87d6

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЕГИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И УПРАВЛЕНИЯ»**

Рассмотрено и одобрено на заседании Учебно-
Методического совета
Протокол № 25/6 от 21 апреля 2025 г.



УТВЕРЖЕНО

Проректор по учебной работе

Ю.И. Паничкин

Личная подпись

инициалы, фамилия

«21» апреля 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»

Год начала подготовки - 2025

Для оценки сформированности компетенции:

ОПК - 4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

ИОПК-4.1 Знает основные методики построения бизнес-планов.

ИОПК-4.2 Умеет выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов.

ИОПК-4.3 Владеет практическим опытом разработки бизнес-планов проектов и направлений бизнеса.

Закрытые задания на установление соответствия

Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст и установите соответствие

Общепрофессиональная компетенция ОПК-4

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 2 мин.

Задание 1: Установите соответствие между видами внешней среды и характерными примерами воздействия на бизнес.

Тип финансового рынка	Характеристика
А) Этноцентрическая	1) Запрет на красители Е-xxxx в пищевых продуктах.
Б) Полицентрическая	2) Введение квот на импорт стали.
В) Регионцентрическая	3) Ускорение инфляции до 15 % в год.
Г) Геоцентрическая	4) Переход потребителей от ТВ к ОТТ-сервисам.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 2 мин.

Задание 2: Установите соответствие между видами внешней среды и характерными примерами воздействия на бизнес.

Вид дохода	Пример
А) Политико-правовая	1) Запрет на красители Е-xxxx в пищевых продуктах.
Б) Экономическая	2) Введение квот на импорт стали.
В) Культурная	3) Ускорение инфляции до 15 % в год.
Г) Технологическая	4) Переход потребителей от ТВ к ОТТ-сервисам.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 2 мин.

Задание 3: Установите соответствие между типами маркетинговых данных и источниками их получения.

Вид инвестиций	Характеристика
А) Первичные количественные	1) Торговая статистика UN Comtrade.
Б) Первичные качественные	2) Анкета онлайн-опроса покупателей.
В) Вторичные количественные	3) Архив внутренних CRM-продаж.
Г) Вторичные внутренние	4) Глубинные интервью с opinion-leaders.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 2 мин.

Задание 4: Установите соответствие между методами выборки и их краткой характеристикой.

А) Вероятностная простая случайная	1) Респонденты набираются по заранее заданным долям пола и возраста.
Б) Квотная	2) Начальные респонденты приводят новых участников.
В) Снежный ком	3) Каждый элемент совокупности имеет равный шанс быть выбранным.
Г) Экспертная	4) Отбор по профессиональной компетенции в теме.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 2 мин.

Задание 5: Установите соответствие между формами выхода на рынок и уровнем контроля/риска.

А) Прямой экспорт	1) Высокий контроль, высокий риск, полная собственность активов.
Б) Лицензионное соглашение	2) Минимальный контроль, низкий риск, рентные платежи.
В) Совместное предприятие	3) Средний контроль, разделение рисков с партнёром.
Г) 100 % филиал (FDI)	4) Низкий контроль, средний риск, использование посредника.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 2 мин.

Задание 6: Установите соответствие между конкурентными стратегиями М. Портера и их ключевыми условиями успеха на внешнем рынке.

- | | |
|-------------------------------------|---|
| А) Лидерство по издержкам | 1) Узкий нишевой сегмент с уникальными потребностями. |
| Б) Дифференциация | 2) Стандартизированный продукт, жёсткий контроль затрат. |
| В) Фокусирование-ценовое | 3) Широкий рынок, воспринимаемая уникальность, бренд. |
| Г) Фокусирование-дифференциационное | 4) Ниша, но ценовая конкуренция за счёт локальных издержек. |

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 2 мин.

Задание 7: Соотнести источник финансирования экономического капитала с их благополучием:

Источник	Характеристика
А) Cost-Plus	1) Цена формируется от восприятия ценности потребителем.
Б) Конкурентное	2) Базируется на издержках + целевая маржа.
В) Ориентация на ценность	3) Исходная точка — прайс-лидеры отрасли.
Г) Дифференцированное	4) Разные цены по странам с учётом эластичности.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 2 мин.

Задание 8: Установите соответствие между Инкотермс-базисом поставки и включаемыми расходами в экспортную цену.

:

Коэффициент	Значение
А) EXW	1) Цена включает товар, вывозную пошлину, фрахт, страхование до порта назначения.
Б) FOB	2) Только товар на складе продавца.
В) CIF	3) Товар + погрузка на судно в порту отправления.
Г) DDP	4) Все расходы до двери покупателя, включая пошлины страны импортёра.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 2 мин.

Задание 9 Установите соответствие между стратегиями товарной адаптации и их описанием:

Вид риска	Характеристика
А) Полная стандартизация	1) Создание радикально нового продукта для нужд рынка.
Б) Частичная адаптация	2) Изменение вкуса/упаковки, ядро неизменно.
В) Инновация для рынка	3) Никаких изменений кроме языка инструкции.
Г) Двухуровневая адаптация	4) Одновременная модификация ядра и расширенных атрибутов.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 2 мин.

Задание 10: Установите соответствие между уровнями продукта (по Ф. Котлеру) и включаемыми элементами

Метод анализа	Характеристика
А) Ядро (benefit)	1) Физические характеристики, бренд, дизайн.
Б) Реальный продукт	2) Нематериальные выгоды, которые покупатель реально ищет.
В) Расширенный продукт	3) Рассрочка, сервис, гарантия, доставка.
Г) Потенциальный продукт	4) Будущие улучшения, которые могут быть добавлены.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 2 мин.

Задание 11: Установите соответствие между инструментами комплексных маркетинговых коммуникаций (IMC) и их ключевыми задачами:

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

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 2 мин.

Задание 12: Установите соответствие между цифровыми KPI и их описанием:

А) CTR	1) Средняя стоимость целевого действия (продажа/лид).
Б) CPA	2) Доля ушедших со страницы без взаимодействия.
В) ROAS	3) Соотношение дохода от рекламы к затратам на неё.
Г) Bounce Rate	4) Отношение кликов к показам объявления.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 2 мин.

Задание 13: Установите соответствие между видами упаковки и их основной функцией

А) Транспортная	1) Группировка нескольких единиц товара для логистики.
Б) Потребительская	2) Минимизация воздействия на окружающую среду.
В) Групповая	3) Защита товара при международной перевозке.
Г) Экологичная	4) Информирование и удобство для конечного пользователя.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 2 мин.

Задание 14: Установите соответствие между видами объектов ИС и защищаемыми ими элементами

Вид инвестиционного проекта	Пример
А) Патент	1) Визуально-эстетический облик изделия.
Б) Товарный знак	2) Технологическое решение, обеспечивающее новизну.
В) Промышленный образец	3) Логотип, слоган, фирменное обозначение.
Г) Коммерческая тайна	4) Конфиденциальная информация, дающая конкурентное преимущество.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 2 мин.

Задание 15: Установите соответствие между KPI маркетинга и их вычислительной сущностью:

Метод	Характеристика
А) Market Share	1) Отношение стоимости привлечения клиента к его пожизненной прибыли.
Б) CLV	2) Доля продаж компании в общем объёме рынка.
В) SAC	3) Прогнозный доход от клиента за весь период

	отношений.
Г) NPS	4) Индекс готовности рекомендовать бренд.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 2 мин.

Задание 16: Установите соответствие между источниками маркетинг-интеллидженс и типом сигналов о новых возможностях:

Инструмент	Характеристика
А) Таможенная статистика	1) Прорывные технологии и патентные кластеры.
Б) Социальные медиа-мониторинг	2) Изменения объёмов импорта/экспорта по товарным позициям.
В) Патентные базы (WIPO)	3) Тренды потребительских обсуждений и настроений.
Г) Новости венчурных инвестиций	4) Горячие сегменты, куда идут капиталы.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	С	Д

Ключи к заданиям

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

Закрытые задания на установление последовательности

Инструкция для выполнения задания: прочитайте текст и установите последовательность

Общепрофессиональная компетенция ОПК-4

Индикатор: ОПК-;.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 1: Определите последовательность базового сравнительного анализа внутренних и внешних рынков перед выходом компании за рубеж:

- А) Сбор макроэкономических показателей целевого рынка
- Б) Сравнение ёмкости и темпов роста рынков
- В) Оценка конкурентного ландшафта
- Г) Выявление культурных барьеров потребления

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 2: Определите порядок этапов экспресс-скрининга зарубежных рынков.

Варианты ответа:

- А) Фильтрация по политическим рискам
- Б) Отбор по логистической доступности
- В) Фильтрация по законодательным ограничениям
- Г) Сравнение ёмкости сегмента целевой аудитории

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 3: Установите последовательность разработки плана международного маркетингового исследования.

Варианты ответа:

- А) Определение проблемы и целей
- Б) Выбор методов сбора данных
- В) Подготовка инструментария и выборки
- Г) Анализ и интерпретация данных

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 4: Определите последовательность выбора стратегии выхода на зарубежный рынок.

Варианты ответа:

- А) Сравнение преимуществ стратегий (экспорт, франчайзинг, филиал)
- Б) Анализ ресурсных ограничений компании
- В) Оценка целевого законодательства по формам присутствия
- Г) Выбор оптимальной стратегии и обоснование ROI

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 5: Расставьте по порядку этапы формирования экспортной цены методом «снизу вверх».

Варианты ответа:

- А) Расчёт себестоимости продукта с учётом экспортной логистики
- Б) Добавление импортных пошлин и налогов страны-импортёра
- В) Определение требуемой торговой наценки канала
- Г) Корректировка цены с учётом ценовой чувствительности потребителей

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 6: Определите последовательность решений по адаптации товара к требованиям зарубежных рынков (модель «ядро — расширение»).

Варианты ответа:

- А) Анализ регулирования (сертификация, стандарты безопасности)
- Б) Идентификация непереводимых свойств «ядра» продукта
- В) Модификация расширенных характеристик (упаковка, сервис)
- Г) Тест-маркетинг адаптированного предложения

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 7 Определите последовательность оценки привлекательности регионального кластера внутри выбранной страны.

Варианты ответа:

- А) Сбор данных о составе отраслевых компаний кластера
- Б) Определение темпов роста отрасли в кластере

- В) Анализ инфраструктурной готовности (логистика, поставщики)
Г) Выбор приоритетного кластера для размещения

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 4 мин.

Задание 8: Установите правильную последовательность выбора совместного предприятия (Joint Venture) как формы входа.

Варианты ответа:

- А) Анализ стратегической совместимости партнёра
Б) Проверка нормативных требований к долям собственности
В) Оценка финансовых вкладов сторон
Г) Заключение учредительного соглашения JV

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 4 мин.

Задание 9: Определите последовательность расчёта экспортной цены методом «сверху вниз».

Варианты ответа:

- А) Определение максимальной цены, приемлемой для потребителя
Б) Вычитание маржи канала сбыта
В) Вычитание импортных пошлин и налогов
Г) Расчёт допустимых производственных затрат

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 4 мин.

Задание 10: Расположите по порядку этапы динамической переоценки экспортной цены при валютной волатильности.

Варианты ответа:

- А) Мониторинг валютных курсов в режиме реального времени
Б) Расчёт триггерных порогов изменения цены
В) Пересчёт цены и маржи при срабатывании триггера
Г) Коммуникация обновлённой цены каналам и клиентам

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 4 мин.

Задание 11: Определите последовательность локализации цифровой рекламной кампании.

Варианты ответа:

- А) Анализ культурно-лингвистических особенностей контента
- Б) Адаптация креатива и сообщений
- В) Настройка геотаргетинга и медиа-каналов
- Г) Запуск А/В-тестирования локализованных объявлений

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 4 мин.

Задание 12: Расположите по порядку этапы построения омниканальной коммуникации в новой стране.

Варианты ответа:

- А) Интеграция CRM-данных для единого профиля клиента
- Б) Синхронизация офлайн и онлайн точек контакта
- В) Настройка триггерных коммуникационных сценариев
- Г) Отслеживание кросс-канальной аналитики и оптимизация

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 4 мин.

Задание 13: Определите правильную последовательность адаптации упаковки под местные регламенты.

Варианты ответа:

- А) Изучение нормативов упаковки (материалы, маркировка)
- Б) Перевод информации и локализация языка
- В) Дизайн-графическая адаптация (цвет, символика)
- Г) Подтверждение соответствия и получение разрешений

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 4 мин.

Задание 14: Расположите по порядку этапы международной патентной процедуры РСТ для стартапа.

Варианты ответа:

- А) Проведение патентного поиска и оценка новизны
- Б) Подача международной заявки по процедуре РСТ
- В) Получение международного поискового отчёта
- Г) Выбор национальных фаз и подача заявок

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 4 мин.

Задание 15: Определите последовательность сценарного анализа рисков бизнес-плана зарубежного филиала.

Варианты ответа:

- А) Идентификация ключевых внешних и внутренних рисков
- Б) Разработка альтернативных макроэкономических сценариев
- В) Моделирование финансовых показателей для каждого сценария
- Г) Выбор стратегий снижения рисков

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 4 мин.

Задание 16: Определите последовательность построения системы непрерывного сканирования новых рыночных возможностей (marketing intelligence).

Варианты ответа:

- А) Определение ключевых индикаторов мониторинга рынка
- Б) Настройка источников данных и автоматизированных алертов
- В) Регулярный анализ собранной информации и выявление трендов
- Г) Внедрение процесса принятия решений на основе инсайтов

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--

Ключи к заданиям

Номер вопроса	Правильный вариант ответа
1	А,Б,В,Г
2	А,Б,В,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	А,Б,В,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 ИОПК-4

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 1: Что такое международная сегментация рынка?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 3 мин.

Задание 2: Как компания определяет размер выборки для количественного исследования в нескольких странах?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 3: В чём разница между кабинетным и полевым международным исследованием?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 4: Назовите четыре основные формы выхода компании на зарубежный рынок.

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 5: Почему участие государственного фонда в капитале совместного предприятия снижает политический риск?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 4 мин.

Задание 6: Что такое гео-прайсинг?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 4 мин.

Задание 7: Как скользящая цена (sliding-scale) защищает экспортёра от валютных колебаний?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 4 мин.

Задание 8: Перечислите три уровня продукта по Ф. Котлеру.

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 4 мин.

Задание 9: Как климатические условия влияют на адаптацию упаковки пищевых продуктов?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 4 мин.

Задание 10: Что такое CTR в digital-маркетинге?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 4 мин.

Задание 11: Что произойдёт с стоимостью привлечения клиента (CAC), если конверсия лендинга вырастет с 2 % до 4 % при неизменном бюджете?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 4 мин.

Задание 12: Что такое групповая упаковка (secondary packaging)?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 4 мин.

Задание 13: Как written-opinion международного поискового органа помогает стартапу до национальной фазы РСТ?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 4 мин.

Задание 14: В чём отличие Market Share от Share of Voice?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 4 мин.

Задание 15: Почему негативный Net Promoter Score угрожает долгосрочной выручке?

Поле для ответа:

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 4 мин.

Задание 16: Какую первоочередную меру вы предложите, если мониторинг маркетинг-интеллидженс выявил резкий рост импорта конкурирующего товара в стране-цели?

Поле для ответа:

Ключи к заданиям

Номер вопроса	Ответ (развернутое обоснование)
1	Без сегментации стандартное предложение «для всех» сталкивается с различиями покупательной способности, культуры и регуляций. Правильное деление рынка — первый шаг к выявлению рыночной возможности, ибо позволяет рассчитать ёмкость, конкурентную интенсивность и окупаемость бизнес-плана.
2	Многострановые выборки иерархичны: ошибки 1-го уровня (межстрановые) и 2-го уровня (внутри-страны). Слишком малая выборка → широкие интервалы → риск неверного ранжирования рынков в бизнес-плане; избыточная — увеличивает бюджет исследования без прироста точности.
3	Этап «desk research» фильтрует страны (макро-, trade-, конкурентные данные). Затем «field research» (опросы, shadowing) уточняет мотивацию и price-points выбранных сегментов, формируя основу финансовых прогнозов бизнес-плана.
4	Выбор формы зависит от VRIO-ресурсов, регуляций и целевого уровня контроля. Ошибка приводит к «стратегическому несоответствию» — либо неоправданные расходы, либо упущенная доходность.
5	Практика «golden share» и суверенных фондов (Саудия, Сингапур)

	демонстрирует, что совместная доля <25 % даёт право вето и доступ к госинфраструктуре, улучшая NPV и уменьшая дисконт-ставку в оценке бизнес-плана.
6	Geo-pricing минимизирует «серый импорт» и оптимизирует совокупную выручку: в развитых странах выше маржа, в emerging — рост доли. В бизнес-плане это отражается в модели «value-based pricing + PPP-индекс».
7	Это дешевле, чем опционы, и прозрачно для покупателя: маржа экспортёра остаётся стабильной, что важно для долгосрочных поставок, заложенных в финансовой части бизнес-плана.
8	При международной адаптации ядро меняют редко; апгрейд идёт в уровнях 2-3. Это снижает стоимость R&D и позволяет разнообразить предложение без разрушения бренда, что критично для расчёта окупаемости в бизнес-плане.
9	Неправильный барьер ускоряет окисление/микробиологию ⇒ отзыв товара и штрафы. Поэтому в бюджете проекта закладывают квалификационные тесты (ASTM F 1249, Q10 Rule) для каждой климатической зоны.
10	CTR влияет на аукционную ставку (Quality Score) Google/Baidu, снижая CPC и повышая ROAS. Поэтому в бизнес-планах ставят KPI $CTR \geq$ средней отрасли.
11	Допустим, бюджет 10 000 \$, трафик 5 000 посещений, было 100 клиентов (2 %) → $CAC = 100$ \$. С конверсией 4 % клиентов 200, $CAC = 50$ \$. Понижение CAC улучшает LTV/CAC-ratio, ускоряя окупаемость инвестиций, что важно для финансового раздела бизнес-плана.
12	Правильный дизайн secondary пачки уменьшает скорость out-of-stock, улучшает facing и снижает потери на складе, что отражается в логистическом бюджете проекта.
13	Корректировки до подачи в 20-30 стран экономят десятки тысяч долларов и повышают инвестиционную привлекательность, что фиксируется в разделе «IP Strategy» бизнес-плана.
14	Правило «SOV – MS» (Excess Share of Voice) прогнозирует будущий рост/спад бренда. В модели планирования бюджета SOV целится на +5 п.п. к MS для удержания позиции.
15	Исследования Bain показывают корреляцию NPS с ростом выручки. При $NPS < 0$ удельный CAC растёт до 25 %, а LTV падает, что ломает unit-economics бизнес-плана.
16	Стратегия quick-CKD/SKD использовалась Samsung, IKEA: конверсия склада в сборку за 6-12 месяцев даёт экономию 10-15 % себестоимости и доступ к льготам «local-content», что повышает NPV проекта и фиксируется в скорректированном бизнес-плане.

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-4

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 5 мин.

Задание 1: Какая ориентация фирмы наилучшим образом описывается принципом «мир — наш внутренний рынок, стандартизация прежде всего»?

Варианты ответа:

- А) Этноцентрическая
- Б) Полицентрическая
- В) Регионцентрическая
- Г) Геоцентрическая

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 6 мин.

Задание 2: Какой фактор первым сигнализирует о необходимости адаптации рекламного слогана при выходе на новый культурный рынок?

Варианты ответа:

- А) Различие уровней ВВП на душу населения
- Б) Лингвистические коннотации ключевого слова слогана
- В) Количество конкурентов в категории
- Г) Уровень таможенных тарифов

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 5 мин.

Задание 3: Какой из перечисленных источников относится к **вторичным** данным внешнего происхождения?

Варианты ответа:

- А) Показатели продаж из ERP-системы компании
- Б) Итоги переписи населения ООН
- В) Результаты проведённого фирмой онлайн-опроса
- Г) Глубинные интервью с дистрибьюторами

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 6 мин.

Задание 4: Какой критерий считается **первым** при решении, в какую из нескольких стран запускать пилотный проект?

Варианты ответа:

- А) Самый большой объём потенциального сегмента
- Б) Наименьшая совокупная стоимость логистики
- В) Наличие правовой среды, допускающей продажу продукта
- Г) Самое высокое проникновение интернета

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 5 мин.

Задание 5: Какой способ выхода на рынок обеспечивает **наибольший уровень контроля** над операциями за рубежом?

Варианты ответа:

- А) Косвенный экспорт через торгового дома
- Б) Прямой экспорт
- В) Совместное предприятие 50/50
- Г) Создание стопроцентной дочерней компании (greenfield)

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 6 мин.

Задание 6: Какой тип стратегического альянса используется главным образом для **совместного распределения технологических рисков** между партнёрами?

Варианты ответа:

- А) Лицензионное соглашение
- Б) Исследовательский консорциум (R & D alliance)
- В) Соглашение о дистрибуции
- Г) Кросс-маркетинговое партнёрство

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 5 мин.

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

Варианты ответа:

- А) EXW
- Б) FOB
- В) CIF
- Г) DDP

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 6 мин.

Задание 8: Какая ценовая стратегия на внешних рынках основана на учёте **паритета покупательной способности (PPP)**?

Варианты ответа:

- А) Единая глобальная цена
- Б) Скольжение цены (skimming)
- В) Грейдинговое (многоуровневое) ценообразование
- Г) Geo-pricing (ценовая дискриминация по странам)

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 5 мин.

Задание 9: Какой элемент **уровней продукта** (по Ф. Котлеру) включает гарантию и послепродажный сервис?

Варианты ответа:

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

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 5 мин.

Задание 10 Какой из факторов **чаще всего** заставляет международные компании менять дизайн-упаковку при выходе на рынок ЕС?

Варианты ответа:

- А) Различия в вкусовых предпочтениях
- Б) Требования к обязательной маркировке пищевой ценности
- В) Более высокая стоимость печати
- Г) Конкуренция локальных брендов

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 5 мин.

Задание 11 Какой цифровой канал обеспечивает **наименьшую стоимость охвата** глобальной аудитории при точном таргетинге B2C?

Варианты ответа:

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

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 5 мин.

Задание 12: Какой KPI лучше всего отражает **качество вовлечения** аудитории в Instagram-кампании?

Варианты ответа:

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

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 6 мин.

Задание 13: Какая упаковка **предназначена** прежде всего для удобства транспортировки и складской логистики?

Варианты ответа:

- А) Потребительская
- Б) Групповая (secondary)
- В) Транспортная (tertiary)
- Г) Экологичная

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 6 мин.

Задание 14: Какой объект ИС следует 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-4.3
Время на ответ: 6 мин.

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

Варианты ответа:
А) CTR
Б) CPA
В) ROAS
Г) Bounce Rate

Ответ:
Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.3
Время на ответ: 6 мин.

Задание 16: Какой шаг является **первым** при построении системы непрерывного маркетинг-интеллидженс в глобальной компании?

Варианты ответа:
А) Подключение API новостных лент
Б) Определение ключевых рыночных индикаторов для отслеживания
В) Внедрение BI-панели визуализации данных
Г) Назначение ответственного аналитика

Ответ:
Обоснование

Ключи к заданиям

Номер вопроса	Ответ	Ответ (развернутое обоснование)
1	Г	Этноцентризм тянет домашние правила наружу; полицентризм локализует каждый рынок; регионцентризм стандартизирует в пределах макрорегиона; геоцентризм — мировой масштаб с балансом локальных нюансов.
2	Б	Финансовые, конкурентные и тарифные параметры важны, но язык определяет понимание сообщения – это «точка первого контакта».
3	Б	Вторичные = собранные ранее. Внутренние данные — ERP; первичные — опрос, интервью.
4	В	Правовой «stop-фактор» отсекает страны до анализа спроса, логистики, digital-охвата.
5	Г	Экспорт опирается на посредников; JV делит контроль; greenfield даёт владение активами.
6	Б	Лицензия продаёт готовую ИС, дистрибуция и маркетинг касаются сбыта; только R & D делит техриск.
7	Г	EXW минимум, FOB до борта, CIF до порта назначения, DDP до двери с пошлинами.
8	Г	Skimming и единая цена игнорируют PPP; грейдинг — по версии

		продукта, не по стране.
9	В	Ядро = выгода, реальный = свойства, расширенный = сервис, потенциальный = будущие улучшения.
10	Б	Вкусы и конкуренция важны, но юридически значимым драйвером выступает маркировка.
11	Б	TV и outdoor дороги и мало-таргетированы; каталоги — высокая CPM. SEM даёт контроль бюджета и ключевых слов.
12	Б	Подписчики и CPM о цене охвата; время Stories частично охватывает; ER объединяет все взаимодействия.
13	В	Consumer ориентирована на полку, group – на шельф-короб, transport – на склад и контейнер.
14	В	Патент = технология, знак = бренд, тайна нельзя «показать», образец = дизайн.
15	В	ROAS > 1 указывает на прибыль; метрика входит в финансовый раздел бизнес-плана как KPI эффективности кампаний.
16	Б	Чётко сформулированные индикаторы (рост импорта, патентные заявки, VC-сделки) минимизируют «digital-noise» и формируют фокус системы. Это закладывается в регламент intelligence-процесса и определяет эффективность дальнейших инвестиций.

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-4

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 7 мин.

Задание 1: Какие преимущества характерны для геоцентрической ориентации фирмы?

☒ **Выберите несколько правильных ответов:**

1. Использование глобальных экономий масштаба
2. Игнорирование культурных различий
3. Развитие транснациональных кадровых команд
4. Полная локализация маркетинг-микса в каждой стране
5. Глобальная оптимизация цепочек поставок

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 7 мин.

Задание 2: Какие метрики относятся к блоку **политико-правовых рисков** при экспресс-скрининге стран?

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. Индекс восприятия коррупции (CPI)
2. Уровень инфляции
3. Индекс ограничений в отношении прямых иностранных инвестиций (FDI Restrictiveness)
4. Доля e-commerce в ритейле
5. Длительность регистрации компании (Doing Business: days)

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 7 мин.

Задание 3: К **первичным качественным** методам сбора данных относятся:

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. Глубинное интервью
2. Онлайн-опрос по панели
3. Фокус-группа
4. Анализ отчётов Euromonitor
5. Shadowing (customer journey-наблюдение)

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.1

Время на ответ: 7 мин.

Задание 4: Показатели, которые входят в критерий **ёмкость рынка** при отборе стран:

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. Объём импорта товарной категории
2. Прирост населения страны
3. Средний чек потребителя в категории
4. Количество локальных конкурентов
5. Рост ВВП на душу населения

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 8 мин.

Задание 5: Какие формы выхода на рынок относятся к стратегиям **без прямых инвестиций (non-equity)**?

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. Прямой экспорт
2. Косвенный экспорт через трейдера
3. Лицензионное соглашение
4. Франчайзинг
5. Greenfield-инвестиция

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 8 мин.

Задание 6: Механизмы снижения **политического риска** при создании совместного предприятия:

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. Страхование MIGA
2. Арбитражная оговорка ICSID
3. 100 % дочерняя структура
4. Деление долей 50/50
5. Привлечение госфонда как миноритария

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 8 мин.

Задание 7: К затратам, входящим в экспортную цену при базисе **CIF**, относятся:

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. Стоимость товара на заводе (EXW)
2. Фрахт до порта назначения
3. Страхование груза
4. Таможенные пошлины импортёра
5. Доставка от порта до склада покупателя

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 8 мин.

Задание 8: Инструменты ценовой адаптации, снижающие риск **валютной волатильности**:

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. Валютная оговорка в контракте
2. Натуральный хедж через локальные закупки
3. Политика единой глобальной цены
4. Скользящая цена (sliding-scale)
5. Валютный опцион «call»

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 8 мин.

Задание 9: Что может входить в **расширенный продукт (B2B)** при международной экспансии?

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. Круглосуточный гарантийный ремонт
2. Вкус продукта
3. Обучение персонала заказчика
4. Расширение линейки вкусов
5. Склад запасных частей у клиента

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.2

Время на ответ: 8 мин.

Задание 10: Основные причины **полной стандартизации** продукта на зарубежных рынках:

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. Гомогенный спрос
2. Жёсткие регуляторные барьеры
3. Высокие издержки R&D-адаптации
4. Слабая конкуренция локальных брендов
5. Высокая ценовая эластичность

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 7 мин.

Задание 11: В структуру **цифрового ИМС-микса** входят:

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. SEO
2. Почтовая рассылка каталогов
3. Influencer-marketing
4. ТВ-реклама национального канала
5. Programmatic display

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 7 мин.

Задание 12: Метрики, отражающие эффективность **performance-маркетинга**:

☒ Выберите несколько правильных ответов:

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

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 7 мин.

Задание 13: Документы, проверяемые при сертификации **транспортной упаковки** в США:

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. ASTM D4169 протоколы
2. FDA Food Contact Letter
3. ISTA 3A тест-отчёт
4. CE-декларация
5. UN 38.3 тест аккумуляторов

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 8 мин.

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

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. Приоритет защищён до 30–31 месяцев
2. Экономия окончательных пошлин
3. Международный поисковый отчёт
4. Немедленная защита во всех странах
5. Возможность оценить коммерческий интерес до инвестиций

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 7 мин.

Задание 15: Базовые **маркетинговые KPI** глобального бренда:

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. Market Share
2. EBITDA Margin
3. NPS
4. Average Order Value (AOV)
5. Gross Rating Points (GRP)

Ответ:

Обоснование:

Индикатор: ИОПК-4.3

Время на ответ: 7 мин.

Задание 16: Инструменты **непрерывного marketing-intelligence** (сканирования возможностей):

☒ Выберите несколько правильных ответов:

1. RSS-агрегатор отраслевых новостей
2. Квартальная финансовая отчётность конкурентов
3. Slack-чат команды продаж
4. Публикации в научных журналах по смежным технологиям
5. CRM-база специализированных выставок и конференций

Ответ:

Обоснование:

Ключи к заданиям

Номер вопроса	Ответ	Ответ (развернутое обоснование)
1	1, 3, 5	Модель EPRG (Perlmutter) ставит геоцентризм на вершину зрелости: HQ и филиалы работают как единая сеть; стандартизация ядра + локальные доработки повышают ROI и ускоряют вывод новинок по

		всему миру.
2	1, 3, 5	Политико-правовой фильтр «stop-go» устраняет рынки, где юридические и административные риски делают операционную модель неустойчивой, экономя 80 % бюджета дальнейших исследований.
3	1, 3, 5	Первичное = «собираем сами», качественное = «почему, как». Эти методы формируют гипотезы для квант-валидации и вписываются в расписание полевых работ бизнес-плана.
4	1, 3, 5	Комбинация trade-data + макро-дохода даёт количественный forecast; без этих метрик ранжирование стран и разработка P&L в бизнес-плане будет интуитивной
5	1, 2, 3,4	Стратегии без equity снижают политический и финансовый риск, ускоряя time-to-market; именно они часто прописываются в первом этапе пошагового бизнес-плана экспансии.
6	1, 2, 5	Комбинация инструментов в терм-шите JV увеличивает вероятность одобрения сделки и защищает NPV проекта в нестабильных юрисдикциях.
7	1, 2, 3	Понимание состава затрат нужно для точного cost-plus: неверный базис занижает маржу и искажает финансовый раздел бизнес-плана.
8	1, 2, 4, 5	Комбинация финансовых и операционных хедж-инструментов закрепляется в политике treasury, сохраняя целевую маржу проекта.
9	1, 3, 5	В B2B ценность часто создаёт сервисный слой; его адаптация под локальные стандарты повышает CLV и барьеры выхода конкурентов.
10	1, 3	Модель «global standardization vs adaptation» (Levitt) показывает, что при унифицированном спросе и высоком R&D-cost единый продукт максимизирует economies of scale и ускоряет time-to-profit.
11	1, 3, 5	Синергия owned (SEO), earned (influencers) и paid (programmatic) снижает SAC и повышает ROAS при выходе на новые рынки.
12	1, 2, 4	Комбинация верхне- (CTR) и нижне-воронечных (CPA, ROAS) KPI показывает путь «показ → клик → продажа». Без этой связки оптимизация канала невозможна.
13	1, 3, 5	Соответствие стандартам снижает претензии страховщиков и логистов, а штрафы FDA/CE тут не релевантны; данные документы входят в досье продукта при импорте.
14	1, 3, 5	PCT-route снижает sunk-cost и повышает качество патентной стратегии, что ценят инвесторы; пункт 2 частично верен, но пошлины просто откладываются, а не снижаются, потому не считается преимуществом.
15	1, 3, 4, 5	EBITDA — финансовый KPI, но не маркетинговый. Связка Market Share + NPS + AOV + GRP позволяет оценить funnel от охвата до дохода и формирует dashboard CMO.
16	1, 2, 4, 5	Интеграция данных в BI-панель (ETL → dashboard) формирует процесс «signal → insight → action», снижая время ответа на новую возможность с месяцев до недель и увеличивая вероятность first-mover advantage.