

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Исследование мировых рынков и цифровой маркетинг

Код модуля
1163633(1)

Модуль
Развитие международных экономических
отношений

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Демченко Екатерина Александровна	кандидат экономических наук, без ученого звания	Доцент	международной экономики и менеджмента

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- Демченко Екатерина Александровна, Доцент, международной экономики и менеджмента

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Исследование мировых рынков и цифровой маркетинг

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Экзамен	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Исследование мировых рынков и цифровой маркетинг

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-10 -Способен использовать российский и зарубежный опыт в целях развития внешнеэкономической деятельности, подготовки, обоснования и принятия оптимальных управленческих решений в условиях цифровизации экономики, в т.ч. для обсуждения с заинтересованными сторонами	З-1 - Различает способы выхода компаний на зарубежные рынки и факторы, влияющие на их выбор, основные типы международных стратегий бизнеса П-1 - Владеет опытом работы в кросскультурных командах для решения производственных задач с учетом гибкого подхода agile планирования, в том числе с использованием цифровых технологий и виртуальных мессенджеров П-3 - Владеет спектром инструментов цифрового маркетинга для визуализации коммерческих предложений на	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

	<p>основе данных, а также методиками оценки эффективности продвижения на международных рынках с использованием цифровых технологий</p> <p>У-1 - Ведет эффективные переговоры на государственном и иностранном языке не ниже уровня В2, в том числе используя онлайн коммуникативные мессенджеры и платформы, виртуальных цифровых помощников, в соответствии с ценностями, моделью управления и устойчивыми принципами стратегии заказчика</p>	
--	--	--

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	16	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	8	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		

3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.

Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Работа с глобальными базами данных для аналитики международных рынков
2. Возможности работы в GoogleTrends и Yandex Metrics
3. Расчет бюджета международной маркетинговой кампании
4. Управление «воронкой продаж», анализ customer journey
5. Международный social media маркетинг
6. Расчет эффективности мероприятий международного цифрового маркетинга

Примерные задания

Оцените возможность выхода компании Yandex на рынок услуг такси в Китайской Народной Республике на основе изучения глобальных баз данных

На основе статистики посещения сайта компании по Яндекс.Метрикс сделайте вывод об эффективности проведения мероприятий международного маркетинга

Сделайте выводы о конкурентной позиции брендов Coca-Cola и Добрый в России, Казахстане, Узбекистане на основе сервиса Google Trends

Рассчитайте бюджет реализации мероприятий международной маркетинговой кампании. Данные о возможной стоимости мероприятий найдите в открытых источниках

Разработайте матрицу CJM для продажи туристического продукта «Транссибирская железная дорога» потенциальным зарубежным потребителям

Составьте алгоритм создания и продвижения телеграм-канала для работы с зарубежными целевыми аудиториями

Рассчитайте CTR / Conversion Rate / CPL на основе предложенных статистических данных. Оцените возможные меры для повышения эффективности мероприятий международного цифрового маркетинга

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. Порядок проведения международного маркетингового исследования
2. Критерии выбора международных рынков
3. Выбор стратегии выхода на зарубежные рынки
4. Расчет показателей эффективности воронки продаж

5. Формирование параметров таргетирования целевой аудитории

Примерные задания

Используя данные, рассчитайте: 1) Конверсия в продажу; 2) Коэффициент закрытия; 3)

Коэффициент качества лидов.

Количество посетителей сайта, чел 500

Входящие звонки от клиентов, шт. 46

Количество отправленных по запросу информационных материалов, шт 32

Повторный контакт, ед. 24

Количество совершенных покупок, ед. 20

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Сравнительная характеристика выбранных рынков по заданным параметрам
2. Анализ каналов продвижения выбранных международных компаний
3. Характеристика профиля целевого покупателя выбранной международной компании
4. Анализ применения инструментов маркетинга на различных этапах воронки продаж
5. Анализ факторов, влияющих на изменение моделей поведения потребителей, на

примере выбранной международной компании

Примерные задания

Определите 5 параметров для сравнения маркетинговой среды в 3 странах (по вашему выбору). Сформируйте таблицу, содержащую значения параметров для каждой из стран со ссылками на источники. Сравните результаты по странам и сделайте вывод о возможном их влиянии на реализацию маркетинговых мероприятий в этих странах.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Какова цель маркетинговой деятельности?
2. Укажите контролируемые элементы принятия маркетинговых решений
3. Сколько уровней неконтролируемых элементов содержится в структуре маркетинговой среды?
4. Маркетинговые исследования какого вида проводится с целью выявления маркетинговой проблемы или формулирования маркетинговой гипотезы, результаты чего в дальнейшем используются для проведения дополнительных маркетинговых исследований?
5. Что обычно сначала используют при сборе данных о международных рынках?
6. Если вам необходимо исследовать социокультурные характеристики или поведенческие модели зарубежного рынка, что Вам нужно провести?
7. Выделите элементы комплекса маркетинга, которые применяются только в сегменте услуг

8. Бюджет рекламной кампании в интернете составил EUR 100 000. В результате было получено 200 000 кликов на рекламное объявление. 1% кликов привел к продажам. Средний доход от одной продаже составил EUR 150. Рассчитайте ROMI

9. На каком этапе воронки продаж рекомендуется применять инструменты маркетинга взращивания?

10. В процессе проведения маркетингового исследования необходимо вписать пропущенные этапы

11. Что относится к понятию цифрового маркетинга?

12. Что относится к понятию онлайн-маркетинга?

13. Перечислите известные вам инструменты цифрового маркетинга

14. В каких случаях целесообразно применять электронную рассылку (emailing)?

15. Рассчитайте коэффициент конверсии вебсайта компании (целевое действие – покупка)

16. На основе предоставленных данных рассчитайте CPC (или CTR / Conversion Rate / CPL)

17. По изображениям воронки продаж предположите, какие проблемы в работе с потребителями могут существовать в компании

18. Что относится к инструментам взращивания лидов?

19. Что относится к инструментам SMM?

20. Что относится к инструментам SEO?

21. Приведите пример применения IoT в маркетинге

22. Приведите пример применения технологий блокчейна в маркетинге

23. Приведите пример применения AR / VR в маркетинге

24. Перечислите блоки матрицы customer journey (CJM)

25. На каких этапах customer journey целесообразно применять маркетинговые инструменты для воздействия на решения потребителей?

LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	проектная деятельность учебно-исследовательская, научно-исследовательская профорориентационная деятельность	Технология дебатов, дискуссий Технология «Портфолио работ» Технология проектного образования	ПК-10	П-3	Домашняя работа Контрольная работа