

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Таскаев Сергей Васильевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 17.09.2025 09:44:43

Уникальный программный ключ:

04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a878808522573

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное

учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Факультет экономики и управления

Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»

по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) «Маркетинг и логистика в бизнесе»

ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 1 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

**Фонд оценочных средств
для промежуточной аттестации
по дисциплине
Правовые аспекты в управлении**

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)
Маркетинг и логистика в бизнесе

Присваиваемая квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Челябинск 2025 г.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»
по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» направленности (профилю) «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Перечень формируемых компетенций
 - 2.1. Компетенции, закрепленные за дисциплиной
3. Содержание оценочных средств по дисциплине
 - 3.1. Виды оценочных средств
 - 3.2. Содержание оценочных средств
4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации
 - 4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации
 - 4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств
 - 4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: **38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль): Маркетинг и логистика в бизнесе

Дисциплина: Правовое обеспечение маркетинговой деятельности

Семестр (семестры) изучения: очная форма обучения – 5

очно-заочная форма обучения - 6

Форма (формы) промежуточной аттестации: зачет

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Правовые аспекты в управлении» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС ВО)	Содержание компетенций согласно ФГОС(ОПОП ВО)	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3	4
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Демонстрирует знание теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами. УК-2.2. Выявляет и анализирует различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументирует их выбор.	Знать: теоретические основы принятия решений в сфере правового обеспечения маркетинговой деятельности Уметь: определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Владеть: навыками выбора оптимальных способов решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в рамках правового обеспечения



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		УК-2.3. Демонстрирует способность проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов, и ограничений	
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-11.1 Знает и применяет методы разработки управленческих решений в профессиональной деятельности УК-11.2 Понимает логику разработки и принятия экономически и финансово обоснованных управленческих решений УК-11.3 Оценивает результаты и последствия принимаемых решений в профессиональной деятельности	Знать: содержание понятия «коррупционное поведение», основных формах его проявления и последствиях Уметь: формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению Владеть: навыками разграничения коррупционных и схожих некоррупционных явлений в сфере правового обеспечения маркетинговой деятельности



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/ № задания
1	УК-2 Знать: теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами Уметь: определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Владеть: навыками выбора оптимальных способов решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в рамках правового обеспечения	Раздел 1. Основы правового обеспечения маркетинговой деятельности Раздел 2. Особенности правового регулирования маркетинговой деятельности	тест	Задания теста № 1,2,5,8. Задание №1,2
2	УК-11 Знать: содержание понятия «коррупционное поведение», основных формах его проявления и последствиях Уметь: формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению Владеть: навыками разграничения коррупционных и схожих некоррупционных явлений в сфере правового обеспечения маркетинговой деятельности	Раздел 1. Основы правового обеспечения маркетинговой деятельности Раздел 2. Особенности правового регулирования маркетинговой деятельности	тест	Задания теста № 3,6,7,9,10. Задание № 1,2,3

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

3.2 Содержание оценочных средств

Оценочные средства представлены вопросами для подготовки к зачету, тестами и заданиями.

Вопросы для тестирования предполагают выбор одного или нескольких правильных вариантов ответа из нескольких предложенных.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Решение задач предполагает выполнение письменной работы с использованием нормативных правовых актов в соответствии с поставленной проблемой или условием, результат оценивается преподавателем.

Вопросы для подготовки к зачету.

Вопросы для подготовки к зачету

1. Основные направления правового регулирования маркетинговой и логистической деятельности.
2. Принципы правового регулирования маркетинговой и логистической деятельности.
3. Правоотношения в сфере маркетинга и логистики : понятие, классификация, признаки.
4. Субъекты и объекты маркетинговых и логистических правоотношений.
5. Понятие и состав источников правового регулирования маркетинговой и логистической деятельности.
6. Виды нормативно-правовых актов, регулирующих отношения в сфере маркетинговой и логистической деятельности. Международные правовые акты, регулирующие маркетинговую и логистическую деятельность.
7. Корпоративные (локальные) акты. Проблемы локального регулирования маркетинга и логистики на российских предприятиях.
8. Обычай делового оборота как источник правового регулирования маркетинговой и логистической деятельности. Деловые обыкновения.
9. Субъекты маркетинговой и логистической деятельности: понятие, классификация, признаки.
10. Индивидуальные предприниматели и юридические лица как субъекты маркетинговой и логистической деятельности. Особенности правового режима деятельности.
11. Создание, реорганизация и ликвидация субъектов маркетинговой деятельности - юридических лиц.
12. Объекты маркетинговой и логистической деятельности: понятие, виды, правовой режим.
13. Правовой режим использования информационных ресурсов в сфере современного маркетинга и логистики.
14. Правовая защита служебной и коммерческой тайны как разновидности маркетинговой и логистической информации.
15. Понятие и признаки рекламы. Объект рекламирования.
16. Правовое регулирование рекламы.
17. Особенности размещения рекламы в телепрограммах и телепередачах.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

18. Особенности размещения наружной рекламы.
19. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
20. Правовое регулирование PR. Защита деловой репутации субъектов маркетинговой деятельности.
21. Ответственность за распространение порочащих сведений.
22. Правовая охрана товарного знака и знака обслуживания.
23. Правовая охрана фирменного наименования.
24. Правовая охрана наименования места происхождения товара.
25. Правовая охрана коммерческого обозначения.
26. Правовые основы конкуренции и монополистической деятельности.
27. Правовые основы регламентации упаковки.
28. Правовое регулирование сервиса как показателя конкурентоспособности товара.
29. Правовые положения о сроках поставки.
30. Понятие и правовое регулирование сертификации продукции.
31. Ассортимент как условие договора.
32. Договор на проведение маркетинговых исследований.
33. Договор поставки и договор оптовой купли-продажи.
34. Понятие технического регулирования в РФ.
35. Понятие сертификации, стандартизации, подтверждение соответствия.
36. Реформа технического регулирования в РФ.
37. Правовое обеспечение сертификации продукции.
38. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о сертификации продукции.
39. Правовое регулирование цифровизации управления.
40. Нормативное обеспечение управленческой деятельности в условиях цифровой трансформации.

Вопросы для оценки уровня сформированности компетенций

Типовые тесты:

УК-2, УК-11

1. Типовые тестовые задания:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. Субъектами маркетинговой деятельности являются
 - А) физические лица;
 - Б) индивидуальные предприниматели;
 - В) юридические лица.
2. Основным признаком субъектов маркетинговой деятельности - юридического лица является:
 - А) правоспособность;
 - Б) дееспособность;
 - В) правосубъектность.
3. На размещение рекламы между субъектами :
 - А) должен быть подписан договор на предоставление услуг;
 - Б) достаточно соглашения в любой форме;
 - В) достаточно устной договоренности между руководителями .
4. Согласно нормативно- правовым актам реклама является:
 - А) объектом регулирования;
 - Б) договором;
 - В) сделкой.
5. При создании организации, осуществляющей маркетинговую деятельность :
 - А) государственная регистрация в ЕГРЮЛ является обязательной;
 - Б) государственная регистрация в ЕГРЮЛ является обязательной только в случае осуществления предпринимательской деятельности;
 - В) государственная регистрация в ЕГРЮЛ является обязательной только в том случае, если эта организация - коммерческое юридическое лицо.
6. Существенными условиями договоров на осуществление маркетинговой деятельности является перечень выполняемых работ:
 - А) верно;
 - Б) неверно.
7. за распространение порочащих сведений в маркетинговой деятельности уголовная ответственность:
 - А) применяется;
 - Б) не применяется
8. Какой нормативно- правовой акт регламентирует договорные отношения организации, осуществляющей маркетинговую деятельность:
 - А) ГК РФ;
 - Б) КоАП;
 - В) Стратегия маркетингового развития РФ.
9. Возможна ли конкуренция в сфере маркетинговой деятельности с точки зрения права:
 - А) возможна;
 - Б) невозможна.
10. Защита деловой репутации субъектов маркетинговой деятельности осуществляется путем:
 - А) обращения к вышестоящему административному органу;
 - Б) в судебном порядке;
 - В) путем замозащиты права.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Типовые задания :

УК-2, УК-11

Задание 1. Исходя из действующих правовых норм и пользуясь действующими нормативными правовыми актами законодательства о налогах и сборах, определите для маркетинговой организации объект налогообложения: - транспортным налогом, -НДФЛ,-акцизами, налогом на прибыль,- налогом на имущество организации.

Возможный вариант решения: Маркетинговая организация – это юридическое лицо, цель деятельности которой – извлечение прибыли. Такие юридические лица осуществляют свою деятельность в одной из организационно- правовых форм коммерческого юридического лица. Предположим, что ОПФ маркетинговой организации – ООО. Тогда, используя положения Налогового кодекса РФ, определим объекты налогообложения :

А) транспортным налогом – при наличии транспортных средств у ООО - автомобили, мотоциклы, мотороллеры, автобусы и другие самоходные машины и механизмы на пневматическом и гусеничном ходу, самолеты, вертолеты, теплоходы, яхты, парусные суда, катера, снегоходы, мотосани, моторные лодки, гидроциклы, несамоходные (буксируемые суда) и другие водные и воздушные транспортные средства (далее в настоящей главе - транспортные средства), зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации ст.358 НК РФ).

Б) налогом на прибыль – прибыль, полученная налогоплательщиком (ст. 247 НК РФ), где прибылью признаются полученные доходы, уменьшенные на величину произведенных расходов;

В) НДФЛ (при условии, что ООО является налоговым агентом) - доход, полученный налогоплательщиками (ст.209)

Г) акцизами – объекты, согласно ст. 182 НК РФ.

Задание 2. Исходя из действующих правовых норм, предложите экономически обоснованное организационно- управленческое решение для следующего правоотношения: маркетинговая организация разрабатывает бренд для юридического лица, которое осуществляет застройку комплексом жилых домов городского микрорайона. Застройщику необходимо в короткие сроки реализовать эти объекты. Что будет являться основой брендинга в данной ситуации .

Возможные варианты решения: При осуществлении юридически значимых действий маркетинговая организация должна принять во внимание тот факт, что жилые помещения, находящиеся в домах - небольшие по площади, в основном - студии или однокомнатные квартиры, что особо интересно студентам, гражданам, проживающим по одному и молодым семьям , у которых небольшой доход. Кроме того, необходимо принять во внимание факт комплексной застройки микрорайона, что обеспечивает удобную инфраструктуру для жителей и транспортную доступность.

Задание 3. Пользуясь действующими нормами права, сформулируйте предмет договора об оказании маркетинговых услуг и перечень передаваемых заказчиком исполнителю функций. (предмет договора - на Ваш выбор).



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»
по направлению подготовки 38.03.02 *Менеджмент направленности (профиля)* «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Возможные варианты решения: все правоотношения, связанные с видом договора, его существенными, обычными и дополнительными условиями регламентируются Гражданским кодексом РФ, часть 2. Используем нормы части 2 ГК РФ для формулировки предмета договора: в качестве предмета договора об оказании маркетинговых услуг может выступать передача Исполнителю Заказчиком функций по анализу потребительских свойств производимой продукции и прогнозирования потребительского спроса и рыночной конъюнктуры. Исходя из предмета договора в качестве функций, передаваемых исполнителю могут выступать:

1. Разработка маркетинговой политики на предприятии Заказчика на основе анализа потребительских свойств производимой продукции и прогнозирования потребительского спроса и рыночной конъюнктуры.

2. Проведение исследований основных факторов, формирующих динамику потребительского спроса на продукцию предприятия Заказчика, соотношение спроса и предложения на аналогичные виды продукции, технических и иных потребительских качеств конкурирующей продукции.

3. Участие в составлении перспективных и текущих планов производства и реализации продукции, определении новых рынков сбыта и новых потребителей продукции.

4. Сбор и анализ коммерческо-экономической информации, создание банка данных по маркетингу продукции предприятия Заказчика (заявки на поставку, договоры на производство, наличие запасов, емкость рынка и т.п.).

5. Изучение мнения потребителей о выпускаемой предприятием Заказчика продукции, его влиянии на сбыт продукции и подготовка предложений по повышению ее конкурентоспособности и качества.

6. Разработка стратегии проведения рекламных мероприятий в средствах массовой информации с помощью наружной, световой, электронной, почтовой рекламы, рекламы на транспорте.

7. Подготовка предложений по формированию фирменного стиля предприятия Заказчика и фирменного оформления рекламной продукции.

8. Участие совместно с отделами предприятия Заказчика в разработке предложений и рекомендаций по изменению технических, экономических и других характеристик продукции с целью улучшения ее потребительских качеств и стимулирования сбыта.

9. Подготовка предложений по технически обоснованному планированию и производству запасных частей (по количеству и номенклатуре).

10. Ведение в рамках своей компетенции делопроизводства, формирование и направление/получение корреспонденции и другой информации по электронным каналам связи.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Порядок проведения промежуточной аттестации устанавливается действующими



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 11 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

нормативными документами ФГБОУ ВО «ЧелГУ» (Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Челябинский государственный университет» по программам высшего образования»).

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется при условии положительного результата по итогам контроля знаний. Formой контроля знаний является зачет. Форма зачета - письменная. На зачете оцениваются теоретические знания обучающегося и приобретенные навыки их практического применения. Задание выдается студенту в учебной аудитории в письменном виде либо предоставляется доступ через систему moodle в учебной аудитории.

Зачет проводится в соответствии с графиком учебного процесса. Успеваемость обучающихся на зачете оценивается отметками «зачтено», «незачтено».

Зачет проводится в форме выполнения комплексного задания, которое включает 20 тестовых вопросов и 5 контрольных заданий. Продолжительность выполнения – 1 академический час

Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

4.2.1 Критерии оценивания теста

Тест формируется случайным образом из базы тестов, при этом обращаем внимание на то, что в задание включаются теоретические тестовые вопросы, привязанные к компетенции и разного уровня сложности (на подтверждение знаний, умений и владений навыками). Расчет правильности ответов на тестовое задание осуществляется исходя из 30 верно данных ответов, которые соответствуют 100% правильных ответов (100 баллов).

Оценка	Зачтено	Зачтено	Зачтено	Незачтено
Баллы	100% -96% правильных ответов	95%-86 % правильных ответов	85%-71% правильных ответов	70%-0 правильных ответов
Уровень освоения проверяемых компетенций	высокий	средний	базовый	недостаточный

4.2.2 Критерии оценивания задач

Решение задачи проверяется преподавателем непосредственно. Максимальный балл за одну верно решенную задачу — 20 баллов.

Оценка «зачтено» выставляется при выполнении в совокупности следующих условий : тестового задания более чем на 70% правильных ответов и решении задач – более чем на 70 баллов.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 12 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Баллы/Оценка	Критерии оценки решения задач
100-96 баллов «зачтено»	<ol style="list-style-type: none">1) обучающийся легко ориентируется в содержании учебного материала, свободно пользуется понятийным аппаратом, обладает умением связывать теорию с практикой, высказывать и обосновывать свои суждения;2) знает, умеет выбрать и правильно применить соответствующие логике задачи формулы и нормативные документы;3) знает и правильно применяет нормативные документы;4) решение задачи записано понятно, аккуратно, последовательно;5) дано грамотное, полное, развернутое, последовательное решение задачи;6) математически правильно представляет решение, задачи записан верный ответ
95-86 баллов «зачтено»	<ol style="list-style-type: none">1) обучающийся демонстрирует полное освоение теоретического материала, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, осознанно применяет знания для решения практических задач, грамотно излагает свою позицию;2) знает, осуществляет выбор и применяет соответствующие логике задачи формулы и нормативные документы, но допускает небольшие неточности, которые самостоятельно исправляет после рекомендации экзаменатора ;3) дано грамотное, но не неполное решение задачи;4) математически правильно представляет решение, задачи записан верный ответ
85-71 баллов «зачтено»	<ol style="list-style-type: none">1) обучающийся демонстрирует неполное освоение теоретического материала, плохо владеет понятийным аппаратом, плохо ориентируется в изученном материале, неуверенно обосновывает свою позицию;2) знает отдельные формулы и нормативные документы, но допускает значительные неточности в их применении;3) решение задачи записано неверно, не приведены формулы, с помощью которых были проведены расчеты;4) математически правильно представляет решение, задачи записан верный ответ
70-0 баллов «незачтено»	<ol style="list-style-type: none">1) обучающийся имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл;2) беспорядочно и неуверенно излагает материал, не может применять знания для решения практических задач;



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»
по направлению подготовки 38.03.02 *Менеджмент направленности (профиля)* «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 13 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	---------------	------------------------	---------------

	3) решение задачи записано неверно либо отсутствует; 4) математически неверно представлены расчеты, записан неправильный ответ либо не записан ответ
--	--

4.2. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ЧелГУ или могут использоваться собственные технические средства.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения: – в печатной форме увеличенным шрифтом,
– в форме электронного документа,
– в форме аудиофайла,
– в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,
– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,
– в форме электронного документа,
– в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 14 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, в письменной форме на языке Брайля, устно с использованием услуг сурдопереводчика);

б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в печатной форме шрифтом Брайля, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);

в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно на языке Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Уровни сформированности компетенций

Низкий уровень :

- Компетенции не сформированы.

Базовый уровень:

- Обучающийся слабо (частично) владеет способностью определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению .

Средний уровень:

- Обучающийся владеет с небольшими затруднениями способностью определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Правовые аспекты в управлении»
по направлению подготовки 38.03.02 *Менеджмент направленности (профиля)* «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 15 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	---------------	------------------------	---------------

ресурсов и ограничений; формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению .

Высокий уровень:

- Обучающийся свободно владеет способностью определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению .

Результаты промежуточной аттестации

Среднее количество набранных баллов	Уровень сформированности компетенций	Итоговая оценка
100-95 баллов	Высокий уровень	зачтено
95-85 баллов	Средний уровень	зачтено
85-70 балл	Базовый уровень	зачтено
70-0 баллов	Низкий уровень	незачтено

Компетенции по дисциплине считаются сформированными, если по итогам промежуточной аттестации студент получил оценку не ниже, чем «зачтено».

