

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 11.08.2026 10:19:39
 Уникальный программный ключ:
 04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



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 для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) 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 (модулю)
К.М.01.04 Особенности международного маркетинга и логистики (научный

Направление подготовки (специальность)

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

Маркетинг и логистика в бизнесе

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

Очная, очно заочная

Год(ы) набора 2026

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2026 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 для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 2 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

38.03.02 Менеджмент

(указать код и наименование подготовки)

направленность (профиль)__Маркетинг и логистика ,

(указать наименование профиля)

фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине)

К.М.01.04 «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)»

(указать индекс и наименование дисциплины)

2026 год набора, очная, очно-заочная форма обучения:

указать форму обучения

Утвержден:

Проректор по учебной работе утверждено 02/03/2026

А.А. Саламатов

Согласован:

Ученым советом факультета экономики и управления

Протокол заседания от «24» Февраля 2026 г. № 11

Председатель Ученого совета

Факультета экономики и управления

А.А. Егорова

Заседанием кафедры прикладной экономики и маркетинга

Протокол заседания от «29» января 2026 г. № 6

Заведующий кафедрой согласовано

И.А. Данилов

Автор (составитель)

М.А. Пестунов

Структура фонда оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 27.09.2022 г. № 573-1 «Об утверждении шаблонов документов».

 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 для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 3 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Перечень формируемых компетенций
 - 2.1. Компетенции, закреплённые 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 для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 4 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. Паспорт фонда оценочных средств

Направление подготовки (специальности) __ 38.03.02 Менеджмент

(указать код и наименование в соответствии с ФГОС)

Направленность (профиль) Маркетинг и логистика в бизнесе

(указать наименование)

Дисциплина К.М.01.04 «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)»

(указать индекс и наименование дисциплины)

Семестр(ы) изучения: _____ 5 _____

(указать № семестра(ов))

Форма (ы) промежуточной аттестации: __зачет__

(указать форму(ы) промежуточной аттестации

(зачет, зачет с оценкой, экзамен, курсовая работа и т.д.)

для каждого семестра отдельно)

2. Перечень формируемых компетенций

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)»

(указать индекс и наименование дисциплины)

направлено на формирование следующих компетенций:

К.М.01.04 Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач УК-1.1. Выполняет поиск информации, определяет критерии системного анализа поставленных задач УК-1.2. Использует критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач

Знать критерии системного подхода к цифровой коммуникации

Уметь осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации и применять системный подход к цифровой коммуникации

Владеть навыками поиска информации для решения поставленных задач цифровой коммуникации

Код и наименование компетенции согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенций согласно ОПОП ВО	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и	УК-1.1. Выполняет поиск информации, определяет критерии системного анализа поставленных задач	Знать критерии системного подхода к цифровой коммуникации

 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 для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 5 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.2. Использует критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач	Уметь осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации и применять системный подход к цифровой коммуникации Владеть навыками поиска информации для решения поставленных задач цифровой коммуникации
--	---	--

3. Содержание оценочных средств по дисциплине

3.1 Виды оценочных средств

Код, наименование компетенции согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Контролируемые темы/разделы (номер и название раздела из РПД п.2.2)	Семестр	Номер задания	Наименование оценочного средства
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Выполняет поиск информации, определяет критерии системного анализа поставленных задач	Транспортная логистика	5	1	Задание закрытого типа на Транспортная логистика
	УК-1.2. Использует критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач	Распределительная логистика	5	2	Задание закрытого типа Международная распределительная логистика
	УК-1.2. Использует критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач	Международная логистика снабжения Логистика снабжения и складирования	5	3	Задание закрытого типа Международная логистика снабжения

3.2 Содержание оценочных средств

*Необходимо привести **полное** содержание оценочных средств (базу вопросов, полные комплекты заданий и т.п.). Количество заданий от 10 до 25.*

Пример:

 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 для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 6 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Часть 1. База тестовых вопросов закрытого типа

Задание 1 (Задание закрытого типа на установление последовательности)

Прочитайте текст и установите последовательность действий при определении Цели и задачи бизнес-аналитики. Входная информация для бизнес-анализа.

Проект выполняется обучающимися самостоятельно в течение семестра и включает задания для проверки знаний и умений обучающихся в рамках применения методов и моделей

. Раздел 1. Транспортная логистика

Транспортная логистика

Раздел 2. Международная распределительная логистика

Распределительная логистика

Раздел 3. Международная логистика снабжения

Логистика снабжения и складирования

Распределительная логистика

- **Базовые понятия международного маркетинга и логистики**

1. Что является основной целью в международном маркетинге и логистике?

- а) Увеличение штата сотрудников
- б) Поддержка принятия обоснованных управленческих решений на основе данных

Итоговый тест: Базовые понятия международного маркетинга и логистики

Инструкция: Внимательно прочитайте каждый вопрос. Выберите один или несколько правильных ответов (в зависимости от формулировки вопроса).

Раздел 1: Основы международного маркетинга

1. Что представляет собой международный маркетинг в современном понимании?

- а) Продажа товаров за границу без дальнейшего сопровождения.
- б) Комплекс мероприятий по изучению зарубежного потребителя.
- в) Рассмотрение всего мира как своего потенциального рынка для расширения бизнеса.
- г) Экономическая деятельность исключительно транснациональных корпораций.

Источник:

2. Каково соотношение внутреннего и международного маркетинга?

- а) Это идентичные понятия, так как цели бизнеса везде одинаковы.
- б) Международный маркетинг требует учета более широкой географической принадлежности, усложнения исследований и анализа новых рисков.
- в) Внутренний маркетинг сложнее, так как компания знает свой рынок хуже.
- г) Различия заключаются только в языке рекламы.

Источник:

3. Установите правильную последовательность этапов эволюции международного маркетинга:

	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 для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».		
Версия документа - 1	стр. 7 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Глобальный маркетинг

Экспортный маркетинг

Внутренний маркетинг

Международный маркетинг

Варианты:

- a) 1, 2, 3, 4
- b) 3, 2, 4, 1
- c) 2, 3, 1, 4
- d) 3, 4, 2, 1

Источник:

4. Какой термин используется для описания тенденции к росту взаимозависимости национальных экономик и институтов?

- a) Интернационализация
- b) Либерализация
- c) Глобализация
- d) Интеграция

Источник:

5. Компания, которая продает товары за рубеж, но не контролирует их путь к конечному потребителю и занимается продажами без дальнейшего сопровождения, использует концепцию:

- a) Глобального маркетинга
- b) Международного маркетинга
- c) Традиционного экспорта
- d) Совместного предпринимательства

Источник:

6. К факторам макросреды (внешней неконтролируемой среды) международного маркетинга относятся:

- a) Поставщики и посредники компании
- b) Политические, экономические, правовые и культурные условия страны
- c) Внутренняя культура компании и ее персонал
- d) Конкуренты в конкретной отрасли

Источник:

7. Главной функцией международного маркетинга можно считать:

- a) Повышение конкурентоспособности отечественных предприятий на внешних рынках.
- b) Обоснование целевых позиций управления активностью предприятия на мировом рынке.

	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 для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».		
Версия документа - 1	стр. 8 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- с) Строгий учет валютной выручки.
 - d) Минимизацию всех видов рисков.
- Источник:

8. Ориентация компании, при которой она предполагает, что каждый зарубежный рынок уникален и требует индивидуального подхода (адаптации продукта и рекламы), называется:
- a) Этноцентрической
 - b) Полицентрической
 - c) Регионоцентрической
 - d) Геоцентрической
- Источник:

9. Транснациональная корпорация (ТНК) — это компания, которая:
- a) Имеет хозяйственные единицы в двух и более странах.
 - b) Зарегистрирована в офшорной зоне.
 - c) Имеет собственное производство или представительство за границей.
 - d) Только экспортирует готовую продукцию.
- Источник:

Раздел 2: Основы международной логистики

10. Что такое международная логистика?
- a) Процесс транспортировки товаров внутри одной страны.
 - b) Система планирования, реализации и контроля перемещения товаров и услуг через национальные границы.
 - c) Складирование товаров на таможенных терминалах.
 - d) Совокупность методов расчета таможенных пошлин.
- Источник:

11. Что представляют собой правила Incoterms (Инкотермс)?
- a) Международные стандарты качества продукции.
 - b) Набор международных стандартов, определяющих права и обязанности сторон при поставке товаров (условия поставки).
 - c) Таможенные тарифы разных стран.
 - d) Правила страхования морских грузов.
- Источник:

12. Согласно Инкотермс, при каком условии обязанности продавца минимальны, а покупатель несет максимальную ответственность за перевозку и все риски?
- a) DDP (Delivered Duty Paid)
 - b) CIF (Cost, Insurance and Freight)
 - c) EXW (Ex Works / Франко-завод)
 - d) FOB (Free on Board / Франко-борт)
- Источник:

	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 для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».		
Версия документа - 1	стр. 9 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

13. При каком условии Инкотермс, наоборот, обязанности продавца максимальны (он обязан доставить товар в страну покупателя и оплатить пошлины)?

- a) EXW (Ex Works)
- b) FCA (Free Carrier)
- c) DDP (Delivered Duty Paid)
- d) FAS (Free Alongside Ship)

Источник:

14. Какой документ является основным при морской перевозке груза и выполняет функции договора перевозки, расписки в приеме груза и товарораспорядительного документа (права собственности)?

- a) Авианакладная (Air Waybill)
- b) Коносамент (Bill of Lading)
- c) CMR-накладная
- d) Инвойс

Источник:

15. В международной торговле "демпинг" — это:

- a) Продажа товаров на внешних рынках по ценам значительно ниже внутренних (или ниже себестоимости).
- b) Государственная пошлина на импорт.
- c) Запрет на ввоз определенных товаров.
- d) Упаковка товара для тропического климата.

Источник:

16. Какие факторы стимулируют развитие интеграционных процессов в логистике и торговле?

- a) Только стабильность рынков.
- b) Только падающий спрос.
- c) Рыночная неопределенность и растущий спрос.
- d) Изоляция национальных экономик.

Источник:

17. Что такое "международная товарно-транспортная накладная"?

- a) Документ для оформления перевозки грузов между странами.
- b) Счет на оплату товара.
- c) Страховой полис.
- d) Таможенная декларация.

Источник:

18. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД) используется для:

- a) Определения качества товара.
- b) Кодирования товаров для таможенного оформления и расчета пошлин.
- c) Сертификации продукции.

 МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедре прикладной экономики и маркетинга			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 10 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

d) Рекламных целей.

Источник:

Ключ к тесту

Номер вопроса	Правильный ответ	Номер вопроса	Правильный ответ
1 c 11	b		
2 b 12	c		
3 b (3-2-4-1)	13 c		
4 c 14	b		
5 c 15	a		
6 b 16	c		
7 b 17	a		
8 b 18	b		
9 c 19	c		
10 b 20	b		

• Раздел 3. Практические кейсы

Раздел 3: Ситуационные задачи

19. Ситуация: Российская компания производит высокотехнологичное оборудование, чувствительное к перепадам температур, и продает его в Бразилию. Товар имеет высокую стоимость, и задержки в пути крайне нежелательны.

Вопрос: Какой вид транспорта следует выбрать логистическому менеджеру в первую очередь?

- a) Морской (самый дешевый)
- b) Автомобильный (самый гибкий)
- c) Авиационный (быстро и сохранно, хотя и дорого)
- d) Железнодорожный

Источник:

--	--	--	--	--

Задание 2. (Задание закрытого типа на установление соответствия)

Прочитайте задание, и установите порядок применения знания для проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

Ситуация: Фирма-экспортер глубоко исследует рынок, адаптирует товар под требования конкретной страны, контролирует путь товара от поставщика до потребителя и использует все инструменты маркетинга.

Вопрос: О какой концепции идет речь?

 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 для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 11 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- а) Традиционный экспорт
- б) Международный маркетинг
- с) Глобальный маркетинг (стандартизация)
- д) Лицензирование

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. Ответ запишите в виде соответствующей последовательности цифр слева направо

<i>Основные понятия бизнес аналитики</i>	<i>Инкотермс</i>
Раздел 3. Международная логистика снабжения Логистика снабжения и складирования /	Выполнить поиск информации, и определить критерии системного анализа поставленных задач
Транспортная логистика	Используя критический анализ, осуществить систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач
Логистика снабжения и складирования / Распределительная логистика	Выполнить поиск информации, и определить критерии системного анализа поставленных задач Используя критический анализ, осуществить систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач

А	Б	В

Часть 2. База тестовых вопросов **открытого типа**

. Какой принцип НЕ относится к требованиям транспортной логистики ?

- а) Актуальность
- б) Полнота
- в) Конфиденциальность
- г) Субъективность ✓

Верно ли утверждение: «При проведении процессов в рамках ИНКОТЕРМС анализе персональных данных клиентов необходимо соблюдать требования законодательства о защите данных (например, 152-ФЗ в РФ, GDPR в ЕС)»?

- а) Верно ✓
- б) Неверно

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедре прикладной экономики и маркетинга		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».		
Версия документа - 1	стр. 12 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Задание 5 (Задание открытого типа с развернутым ответом)

Прочитайте задание и запишите развернутый обоснованный ответ

Системы поддержки принятия управленческих решений в области Логистика снабжения и складирования, распределительная логистика

Перечислите основные признаки международной логистики

22. Письменная работа (эссе)

Компания планирует запустить новую линейку товаров. Вам необходимо подготовить аналитическое обоснование, включающее:

1. Оценку потенциального спроса ВЭД (какие данные и методы использовать?)
2. Прогноз логистических потребностей (складские мощности, транспорт), при осуществлении ВЭД
3. Расчет ожидаемого эффекта с учетом логистических издержек при осуществлении операций ВЭД
4. Предложение показатели для оценки ВЭД, провести анализ безубыточности операций международных логистических операций – 50 минут.

Тема: Виды логистических способов страхования с учётом ИНКОТЕРМС

4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Экзамен, зачет, зачет с оценкой и пр. состоит из 3- частей

1 часть – студент решает 15 тестовых вопросов закрытого типа, выбранных случайным образом. Продолжительность – 30 минут.

Максимальное количество баллов за выполнение задания – 45 баллов

2 часть – студент решает тесты открытого типа со свободным ответом, которые не предполагают вариантов ответа, правильный ответ требуется написать самостоятельно. Всего 4 тестовых вопросов, выбранных случайным образом. Продолжительность – 15 минут.

Максимальное количество баллов за выполнение задания – 25 баллов

3 часть – студент решает задачу, выбранную случайным образом. Продолжительность – 30 минут.

Максимальное количество баллов за выполнение задания – 30 баллов

Всего заданий – 20.

Максимальный балл – 100 баллов:

0-49 баллов - неудовлетворительно (оценка 2);

50-69 баллов - удовлетворительно (оценка 3);

70-90 баллов - хорошо (оценка 4);

91-100 баллов - отлично (оценка 5).

Общее время выполнения работы – 2 часа.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей

 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 для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 13 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

программе дисциплины (модуля).

Дополнительные материалы и оборудование

При выполнении заданий промежуточной аттестации экзаменуемый имеет право пользоваться: *например*

- *орфографическим словарём,*
- *калькулятором,*
- *справочником (указать название)*
- *и пр.*

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств

Ключи и критерии к оцениванию задания

№ задания	Верный ответ	Критерии						
1	1342	1 б -полная правильная последовательность 0 б - остальные случаи						
2	<table border="1"> <tr> <td>А</td><td>Б</td><td>В</td></tr> <tr> <td>1</td><td>3</td><td>2</td></tr> </table>	А	Б	В	1	3	2	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
А	Б	В						
1	3	2						
3.....								
16	Любые два признака 1.Противоправность. 2.Виновность. 3.Наказуемость	25 б – полное совпадение с верным ответом 15 б – частичное (1 верный вариант ответа) совпадение с верным ответом 0 б – остальные случаи						
17	Да ИЛИ ДА ИЛИ да	5 б – правильный вариант ответа 0 б – остальные случаи						
18	Применение норм права ИЛИ ПРИМЕНЕНИЕ НОРМ ПРАВА ИЛИ применение норм права	5 б – правильный вариант ответа 0 б – остальные случаи						
19.....								
21	2080	5 б – правильный вариант ответа 0 б – остальные случаи						
25.....								

Пример:

Критерии оценивания заданий:

№ 22:

Аспект «Содержание» (максимум 6 баллов)

6-5 баллов (высокий уровень подготовки)

Объем – не менее 350 слов. Тема раскрыта полностью. Выражена собственная оригинальная точка зрения.

4-3 баллов (хороший уровень подготовки)

Объем – не менее 350 слов. Тема раскрыта, один из аспектов раскрыт не полностью. Выражена собственная точка зрения.

2-1 баллов (удовлетворительный уровень подготовки)

 МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедр прикладной экономики и маркетинга			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 14 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Объем – не менее 250 слов. Тема раскрыта не полностью (не раскрыт один аспект содержания). Собственная точка зрения на проблему не выражена или выражена не определено.

0 баллов (неудовлетворительный уровень подготовки)

Объем – менее 200 слов. Тема раскрыта лишь частично (раскрыт лишь один аспект содержания). Собственная точка зрения не выражена.

Аспект «Композиция» (максимум 3 балла)

3 балла (высокий уровень подготовки)

Структура текста логична: есть вступление, основная часть, заключение. Средства связи (клише) использованы корректно.

2 балла (хороший уровень подготовки)

Структура текста логична: есть вступление, основная часть, заключение. Средства связи (клише) в основном использованы корректно.

1 балла (удовлетворительный уровень подготовки)

Нарушена структура текста: отсутствует вступление и/или заключение. Имеются нарушения в логике построения текста. Средства связи (клише) использованы в ограниченном объеме.

0 балла (неудовлетворительный уровень подготовки)

Текст не структурирован, нелогичен. Средства связи отсутствуют или использованы некорректно.

Аспект «Лексика» (максимум 3 балла)

3 балла (высокий уровень подготовки)

Автор демонстрирует широкий вокабуляр по теме, в тексте отсутствуют ошибки в словоупотреблении.

2 балла (хороший уровень подготовки)

Автор демонстрирует широкий вокабуляр по теме, отсутствуют ошибки в словоупотреблении, затрудняющие понимание текста, количество негрубых ошибок не превышает 3.

1 балл (удовлетворительный уровень подготовки)

Автор демонстрирует ограниченный вокабуляр по теме, имеются многочисленные тавтологии и повторы, допустимое количество ошибок в словоупотреблении – до 3 грубых или 6 негрубых.

0 баллов (неудовлетворительный уровень подготовки)

Словарный запас не соответствует заявленной теме, количество ошибок превышает 6.

Аспект «Грамматика» (максимум 3 балла)

3 балла (высокий уровень подготовки)

Используются разнообразные грамматические формы, отсутствуют грубые грамматические ошибки, затрудняющие понимание, количество негрубых ошибок не превышает 3.

2 балла (хороший уровень подготовки)

Используются разнообразные грамматические формы и структуры, общее количество ошибок, не затрудняющих понимание, не превышает 6 ЛИБО в тексте присутствуют 2-4 грубых грамматических ошибки.

1 балл (удовлетворительный уровень подготовки)

 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 для промежуточной аттестации по дисциплине «Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар)» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 15 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Используются однотипные грамматические и синтаксические структуры и формы, Общее количество ошибок, не затрудняющих понимание, не превышает 10 ЛИБО в тексте присутствуют 5-7 грубых грамматических ошибок.

0 баллов (неудовлетворительный уровень подготовки)

Количество ошибок превышает 10. Многочисленные грамматические ошибки затрудняют понимание текста.

Аспект «Орфография и пунктуация» (максимум 3 балла)

1 балл (высокий уровень подготовки)

Соблюдены правила орфографии и пунктуации, отсутствуют ошибки в написании слов активного обиходного употребления.

2 балла (хороший уровень подготовки)

В основном соблюдены правила орфографии и пунктуации. Количество орфографических и пунктуационных ошибок не превышает 3.

1 балл (удовлетворительный уровень подготовки)

В основном соблюдены правила орфографии и пунктуации, количество орфографических и пунктуационных ошибок не превышает 7.

0 баллов (неудовлетворительный уровень подготовки)

Правила орфографии и пунктуации не соблюдены, количество орфографических и пунктуационных ошибок превышает 7.

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке отлично и предполагает формирование компетенций на высоком уровне: обучающийся.....

.....

2. Средний уровень соответствует оценке хорошо и предполагает формирование компетенций на среднем уровне: обучающийся.....

.....

3. Базовый уровень соответствует оценке удовлетворительно и предполагает формирование компетенций на начальном уровне: обучающийся.....

.....

4. Низкий уровень соответствует оценке неудовлетворительно обучающийся не....

.....

38.03.02 Маркетинг и логистика в бизнесе. Менеджмент. Особенности международного маркетинга и логистики (научный семинар), 2026, очная, очно-заочная

Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и рекомендован:

Проректор по учебной работе

утверждено 27.02.26

А.А. Саламатов

Ученым советом факультета экономики и управления

Протокол заседания № 1 от 24.02.2026

Председатель Ученого совета
факультета экономики и
управления

СОГЛАСОВАНО

А. А. Егорова

Заседанием кафедры прикладной экономики и маркетинга

Протокол заседания № 5 от 29.01.2026

Заведующий кафедрой

СОГЛАСОВАНО

С. А. Головихин

Автор (составитель)

М.А. Пестунов

Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 274-1