



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Бизнес логистика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 2 из 12

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Фонд оценочных средств принят

Учёным советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10, от «25» мая 2023 г.

Председатель учёного совета
филиала

Р.А. Тюлегенова

Секретарь учёного совета
филиала

Н.А. Кравченко

Фонд оценочных средств рекомендован

Учебно-методическим советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10, от «18» мая 2023 г.

Председатель
Учебно-методического совета


Н.А. Нализко

Фонд оценочных средств разработан и рекомендован кафедрой экономики

Протокол заседания № 9, от «10» мая 2023 г.

Заведующий кафедрой

Г.В. Панина

Автор (составитель)  Лилимберг С.И., профессор кафедры
экономики, кандидат экономических наук, доцент



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью логистических провайдеров» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Бизнес логистика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 3 из 12

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 38.03.02 «Менеджмент»
 Направленность (профиль): Бизнес логистика
 Дисциплина: Управление конкурентоспособностью логистических провайдеров
 Семестр (семестры) изучения: 8
 Форма (формы) текущего контроля: устный опрос, тестирование, решение кейсов
 Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по балльно-рейтинговой системе.

2. КОМПЕТЕНЦИИ, ЗАКРЕПЛЁННЫЕ ЗА ДИСЦИПЛИНОЙ

Изучение дисциплины «Управление конкурентоспособностью логистических провайдеров» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции по ФГОС	Содержание компетенций согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	
1	2	3	4	
ПК-3	Способность выявлять тенденции развития логистических процессов и оценивать их эффективность	ПК-3.1 Применяет методы тенденций развития современного общества, экономики и менеджмента с целью установления степени их влияния на развитие логистики	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> современные мировые тенденции развития логистики как прикладной сферы экономики и менеджмента. <i>Уметь:</i> применять методы системного анализа для выявления тенденций развития современного общества, экономики и менеджмента, и их влияния на развитие логистики. <i>Владеть:</i> навыками реализации логистического подхода к развитию современного общества, экономики и менеджмента.
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> теоретико-методологические основы исследования тенденций развития современного общества, экономики и менеджмента. <i>Уметь:</i> применять инструментальные средства исследований тенденций развития современного общества, экономики и менеджмента с целью установления степени их влияния на развитие логистики. <i>Владеть:</i> информационными технологиями изучения тенденций развития современного общества, экономики и менеджмента с целью установления степени их влияния на развитие логистики.
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> закономерности формирования объективных



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью логистических провайдеров» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Бизнес логистика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 4 из 12

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

				<p>рыночных тенденций развития логистики, обусловленных трансформациями современного общества, экономики и менеджмента.</p> <p><i>Уметь:</i> устанавливать и анализировать взаимосвязи и взаимозависимости между тенденциями развития современного общества, экономики и менеджмента и направлениями развития логистики.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками разработки логистических систем и процессов, адаптированных к влиянию тенденций развития современного общества, экономики и менеджмента.</p>
		ПК-3.2 Использует современные подходы для разработки и сравнения вариантов решений при оценке эффективности логистической деятельности	<i>Пороговый уровень</i>	<p><i>Знать:</i> показатели эффективности логистической деятельности.</p> <p><i>Уметь:</i> формулировать задачи для разработки вариантов решений при оценке эффективности логистической деятельности.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками определения ключевых показателей при оценке эффективности логистической деятельности.</p>
			<i>Продвинутый уровень</i>	<p><i>Знать:</i> методику оценки эффективности логистической деятельности.</p> <p><i>Уметь:</i> разрабатывать варианты решений при оценке эффективности логистической деятельности.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками использовать современные подходы для разработки вариантов решений при оценке эффективности логистической деятельности.</p>
			<i>Высокий уровень</i>	<p><i>Знать:</i> методику разработки и сравнения вариантов решений при оценке эффективности логистической деятельности.</p> <p><i>Уметь:</i> сравнивать варианты решений при оценке эффективности логистической деятельности.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками использовать современных подходов для сравнения и выбора оптимального варианта решения при оценке эффективности логистической деятельности.</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью логистических провайдеров» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Бизнес логистика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 5 из 12

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Текущий контроль проводится регулярно на занятиях лекционного и семинарского типа с целью получения оперативной информации об усвоении учебного материала и диагностики сформированности компетенций.

3.1 Структура оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы	Контролируемые компетенции	Наименование оценочного средства
1.	Конкуренция как объект теории и практики менеджмента	ПК-3.1 ПК-3.2	Устный опрос, тестирование
2.	Методы оценки конкурентоспособности логистических провайдеров	ПК-3.1 ПК-3.2	Устный опрос, тестирование
3.	Конкурентные рынки их структура	ПК-3.1 ПК-3.2	Устный опрос, тестирование, решение кейса
4.	Развитие конкурентных преимуществ в различных рыночных ситуациях	ПК-3.1 ПК-3.2	Устный опрос, тестирование, решение кейса
5.	Конкурентные стратегии	ПК-3.1 ПК-3.2	Устный опрос, тестирование
6.	Маркетинговые технологии повышения конкурентоспособности логистических провайдеров	ПК-3.1 ПК-3.2	Устный опрос, тестирование
7.	Человеческий ресурс повышения конкурентоспособности логистических провайдеров	ПК-3.1 ПК-3.2	Устный опрос, тестирование
8.	Концепции управления, влияющие на конкурентоспособность	ПК-3.1 ПК-3.2	Устный опрос, тестирование, решение кейса
9.	Конкуренция как объект теории и практики менеджмента	ПК-3.1 ПК-3.2	Устный опрос, тестирование

3.2 Содержание оценочных средств

Используемые оценочные средства: устный опрос, тестирование, решение кейсов.

3.2.1 Перечень примерных контрольных вопросов для проведения устного опроса:

- 1 Понятие конкурентоспособность логистического предприятия, товара, страны
- 2 Показатели конкурентоспособности страны, уровни конкурентоспособности логистических провайдеров
- 3 Факторы, влияющие на конкурентоспособность логистических провайдеров
- 4 Уровень конкурентоспособности России в рейтинге конкурентоспособности стран
- 5 Понятие, сущность, структура конкурентной среды. Инструменты развития конкурентной среды
- 6 Структура анализа деятельности конкурентов.
- 7 Конкурентный анализ: этапы
- 8 5 сил М.Портера, пример
- 9 Бенчмаркинг: понятие, особенности, пример



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью логистических провайдеров» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Бизнес логистика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 6 из 12

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

10 Уровень конкурентоспособности Республики Казахстан в рейтинге конкурентоспособности стран

11 Методы оценки конкурентоспособности логистических провайдеров

12 Подходы к управлению конкурентоспособностью логистических провайдеров

13 Методы оценки конкурентоспособности товара

14 Алгоритм оценки конкурентоспособности логистических провайдеров

15 Мероприятия по повышению конкурентоспособности логистических провайдеров

16 Механизм управления конкурентоспособностью организации логистического предприятия

17 Теория конкурентных преимуществ как основа составления конкурентной стратегии логистических провайдеров

18 Понятие конкурентного преимущества.

19 Детерминанты конкурентного преимущества.

20 Методические основы управления конкурентными преимуществами логистических провайдеров.

21 Пути достижения и поддержания конкурентного преимущества логистических провайдеров.

22 Конкурентный статус организации: понятие, оценка уровня.

23 Управление конкурентоспособностью организации. Сущность построения стратегической карты

24 Характеристика различных форм рынка: совершенная конкуренция, монополистическая, олигополия, монополия

25 Рыночный потенциал. Конкурентные силы рынка логистических услуг.

3.2.2 Перечень примерных тестовых заданий по всем темам дисциплины:

№ п/п	Формулировка вопроса	Варианты ответов
1	Состав требований, предъявляемых к конкурентоспособности современным логистическим провайдерам, их приоритетность зависит от:	А) вида продукции; В) типа её корпоративного потребителя; С) вида продукции и типа её корпоративного потребителя; D) типа логистического рынка.
2	На рынке логистических услуг функционирует 6 конкурентов, объем продаж продукции которых составляет 100, 300, 500, 1000, 700, 50 условных единиц (у.е.) соответственно. Чему равен показатель «интенсивность конкуренции»?	А) 0,5; В) 1,06; С) 3,2; D) 5,8; D) 6,4.
3	Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:	А) Продажная цена товара и полезный эффект от его использования; В) Издержки производства и сбыта; С) Полезный эффект и цена потребления;* D) Потребительская новизна товара.
4	Расширение компании за счет поглощений и слияний с фирмами своей отрасли, поставляющими	А) Регрессивная вертикальная интеграция;* В) Прогрессивная вертикальная интеграция; С) Горизонтальная интеграция;



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью логистических провайдеров» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Бизнес логистика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент


Версия документа - 1

стр. 7 из 12

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	сырье и полуфабрикаты – это:	D) Дополняющая диверсификация.
5	Одним из вариантов поведения фирм-коммутантов является выполнение функций субпоставщика несложных деталей или полуфабрикатов для более крупной компании (виолента или пациента). Какие меры предосторожности предпринимают мелкие фирмы, чтобы не потерять свободу и не превратиться в придаток монополии:	A) Увеличивают размеры своей фирмы; B) Стремятся поставлять товары нескольким крупным корпорациям таким образом, чтобы доля каждой из них в общих продажах фирмы не превышала 20% оборота;* C) Уходят из своей ниши на рынке и приходят туда, где создаются более благоприятные для фирм-коммутантов условия; D) Ни один ответ не является верным.
6	К глобальным стратегиям конкурентной борьбы на рынке логистических услуг не относится следующая из стратегий:	A) Минимизации издержек; B) Фокусирования; C) Дифференциации; D) Сокращения; E) Инноваций.
7	Управление формированием конкурентоспособного трудового потенциала организации с учетом происходящих и предстоящих изменений в ее внешней и внутренней среде, позволяющее организации выживать, развиваться и достигать своих целей в долгосрочной перспективе – это:	A) Стратегическое планирование; B) Стратегический контроль; C) Стратегическое управление персоналом организации; D) Стратегический менеджмент; E) Стратегия.
8	Конкурентоспособность логистических услуг - это:	A) степень их притягательности для совершающего реальную покупку потребителя; B) способность фирмы, производящей логистические услуги, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими; C) закономерность, состоящая в том, что стремление придать логистическим услугам как товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях.
9	Форма бизнес исследований и направление прикладной социологии, которые фокусируются на понимании поведения, желаний и предпочтений потребителей, конкурентов и рынков в диктуемой рынком экономике	A) стратегия маркетинга проекта; B) концепция маркетинга проекта; C) маркетинговые исследования; D) бюджет маркетинга проекта; E) программа маркетинга проекта.
10	Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это:	A) виолентная стратегия; B) коммутантная стратегия; C) пагипентная стратегия; D) экплерентная стратегия.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью логистических провайдеров» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Бизнес логистика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 8 из 12	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____

3.2.3 Перечень примерных кейсов по всем темам дисциплины:

Кейс № 1. Анализ особенностей организации закупки сырья в ОАО «Нидан - Соки»

1 Краткая характеристика компании

Характеризуя деятельность организации на рынке, отметим следующее. Основной сферой деятельности ООО «Нидан-Соки» является производство соков и нектаров. Заводы компании располагаются в Новосибирске, г. Бийске Алтайской области, в поселке Котельники Московской области, на Украине, кроме того разлив соков ведется на московских предприятиях «Амтел Софт Дринкс», «Гутта» и «Останкинский молочный комбинат». Филиалы «Нидан-Соки» работают в Москве, Новосибирске, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Ростове, Киеве, Казани, Нижнем Новгороде, Самаре, Воронеже. «НИДАН» является производителем таких брендов как соки и нектары «Чемпион», «Моя семья», «Каприз» и напитки на основе 100% сока «Да!», а также молочной продукции «Любимая чашка», «Чемпион», «Чемпиоша». Компания «Нидан-Соки» – управляющая (и по сути выполняющая функции торгового дома) компания Группы «Нидан», которая, в свою очередь, является одним из четырех лидеров на российском рынке натуральных соков и нектаров (около 13% российского рынка) и абсолютным лидером этого рынка в Сибирском регионе (доля – около 45%). Хотя основной бизнес Группы – это соки (около 85% выручки), она также имеет винодельческий завод на Украине и молочный завод в Новосибирске (доля Нидана на молочном рынке Новосибирска оценивается на уровне 25%).

В состав Группы, помимо Нидан-Соки, входят три завода по производству соков в Новосибирске, Москве и на Украине (ООО «Совместное предприятие «Нидан-Экофрукт», ООО «Гросс», выступающие поручителями по займу, и ООО «Нидан+») и молочный завод в Новосибирске (ОАО «Завод молочный «Новосибирский»). Весь бизнес Группы через офшоры контролируется частными лицами. Детальная структура акционеров не раскрывается.

Стратегия Группы ориентирована на удовлетворение потребностей населения со средними доходами. Основные ее брэнды - соки «Чемпион», «Моя Семья», «Да!» и молочные продукты «Любимая чашка». Следует отметить, что российский рынок соков характеризуется сильной конкуренцией: в основном он поделен между четырьмя крупнейшими игроками (Вимм-Билль-Данн, ЭКЗ «Лебедянский», Мултон и Нидан). Доля более мелких производителей и компаний-импортеров составляет не более 15%. При этом данный рынок является довольно перспективным. По прогнозам экспертов, в 2004 г. его потенциал роста составляет около 15-20%. По мере развития рынка темп его увеличения может возрасти, что связано со значительным отставанием потребления соков россиянами от аналогичного показателя за рубежом: в России в среднем на человека приходится около 10 литров сока в год, в Европе - 30-60 литров. Эта диспропорция будет сокращаться с ростом доходов населения и по мере внедрения в сознание российских граждан тезиса о здоровом образе жизни.

Несмотря на большой потенциал российского рынка соков, конкуренция между его операторами будет увеличиваться. Основная причина этого заключается в масштабном наращивании лидерами рынка производственных мощностей. Это уже сейчас приводит к тому, что прирост предложения не покрывается притоком спроса. Следовательно, степень концентрации отрасли будет только увеличиваться, поскольку жесткую конкурентную



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью логистических провайдеров» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Бизнес логистика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 9 из 12

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

борьбу с постоянным увеличением рекламных бюджетов компании выдержат только сильнейшие. В этой связи следует положительно оценить решение менеджмента Нидана о незамедлительной экспансии в новые регионы и новые сегменты сокового рынка. ОАО «Нидан - Соки» следует принципам корпоративного управления, которыми руководствуются крупнейшие мировые корпорации. Отношения с обществом компания строит на принципах прозрачности и информационной открытости. Этот подход к работе и высокий профессионализм трудового коллектива позволил ОАО «Нидан - Соки» занять ведущие позиции на российском соковом рынке. Успех и сильные позиции ОАО «Нидан - Соки» на российском рынке – результат эффективного управления компанией, высокого и стабильного качества производимой продукции, налаженных каналов дистрибуции, а также грамотной маркетинговой политики в отношении брендов компании. Реализация продукции ОАО «Нидан - Соки» осуществляется как через независимых дистрибьюторов, так и через собственную сбытовую сеть филиалов, расположенных в Москве, Новосибирске, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Ростове-на-Дону, Казани, Нижнем Новгороде, Самаре и Воронеже. Также для дистрибуции продукции в ряде регионов задействована одна из наиболее мощных дистрибуционных сетей - Pepsi Bottling Group (PBG) – крупнейшего в мире производителя и дистрибутора напитков Pepsi-Cola. На сегодняшний день продукция ОАО «Нидан - Соки» представлена во всех регионах России, а также в странах СНГ и в Монголии.

Маркетинговые и технические специалисты компании ОАО «Нидан - Соки» постоянно работают над новыми продуктами и услугами, предоставляемыми клиентам. Строятся новые заводы, вводятся в эксплуатацию новые линии, совершенствуется технический процесс, процесс поставок, изменяется даже внешний вид продукции для обеспечения более высокого качества, удобства оптовиков и удовлетворения конечного потребителя.

Управление закупками в компании является составной частью стратегии «лидера по издержкам», что подразумевает увеличение конкурентоспособности продуктов компании благодаря низким издержкам на производство и реализацию и, как следствие, увеличения прибыли за счет высокой оборачиваемости. Основной целью оптимизации закупочной деятельности и, соответственно, основным показателем эффективности работы закупочного подразделения является минимизация материальных затрат (покупаемым компонентам и материалам) при соблюдении заданного уровня качества материалов и сроков выполнения поставок.

Для ОАО «Нидан - Соки» развитие отношений с поставщиками также является одним из приоритетных при формировании стратегии закупок. Кроме того, существенными критериями при выборе поставщика, определяющими стратегию компании в области управления закупками, являются следующие:

- сокращение затрат;
- сокращение сроков поставки, повышение качества конечной продукции;
- обеспечение согласования деятельности по закупкам и деятельности отдела продаж;
- сокращение времени поставки собственного продукта на рынок;
- повышение гибкости компании;
- сокращение запасов;
- создание интегрированной цепочки управления поставками;



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью логистических провайдеров» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Бизнес логистика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 10 из 12

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- сокращение базы поставщиков; - совместные с поставщиком исследования и разработки.

Задание по кейсу № 1:

1 Используя методы ABC и XYZ, описанные в работе, предложите рекомендации по оптимизации закупок компании ОАО «Нидан - Соки»;

2 Разработайте предложения по разработке стратегии принятия решений в процессе управления закупками сырья.

Кейс № 2. Роль и место логистики в конкурентной бизнес-среде

Президент американской компании «Маклин Инк» выдвинул идею того, что логистические операции, организуемые и осуществляемые Департаментом логистики, должны быть включены в список приоритетных и носящих стратегический характер для развития компании. Доклад о стратегических целях компании в области логистики был поручен начальнику Департамента.

Одновременно, сам президент выдвинул следующие приоритетные направления деятельности компании: усилить роль маркетинга и укрепить конкурентные преимущества фирмы усилить специализацию направлений деятельности при сохранении общего корпоративного стиля работы.

Департамент стратегического планирования также выдвинул свои предложения по совершенствованию работы компании. В частности, им было предложено следующее: установить финансовую независимость для всех 17 подразделений компании; провести децентрализацию маркетинговых операций между подразделениями; создать должность вице-президента по логистике.

Компания «Маклин» производит высокотехнологическое оборудование от полупроводников до силовых установок. Оборудование производится серийно и по специальным заказам. Компания обладает 20 заводами по всему земному шару и использует 40 собственных и арендованных складов. Начальник Департамента логистики должен выступить с докладом и объяснить связь между своим отделом и другими подразделениями: маркетинга, производственным, финансовым. Он должен объяснить, каким образом логистика вносит свой вклад в высокую конкурентоспособность продукта, создаваемой компанией.

Задание по кейсу № 2:

Представьте проект основных тезисов доклада начальника Департамента логистики.

Кейс № 3. Роль и место логистики в создании конкурентных преимуществ компании

Вице-президент по логистике компании «Но-Телл Компьютер партс», крупнейшего производителя частей для микрокомпьютеров, делал презентацию в Нью-Йорке для группы потенциальных инвесторов. Его попросили описать свою компанию в целом, а также роль департамента логистики в реализации конкурентных преимуществ компании на рынке. Производя части микрокомпьютеров, отметил вице-президент, компания действует в рамках растущего сегмента рынка производства компьютеров. Потребителями продукции компании являются компании, производящие компьютеры. Основанная в 1986 году, компания в настоящее время имеет 25 тыс. служащих и ежегодно реализует продукцию на сумму 5 млрд. долларов.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью логистических провайдеров» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Бизнес логистика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 11 из 12

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

«Но-Телл» продает микропроцессоры, контроллеры, память и платы. Цель компании: стать лучше и дешевле, чем конкуренты. Компания осуществляет закупки полуфабрикатов и продажу своей продукции по всему земному шару. Чтобы выделиться среди конкурентов, компания собирается осуществлять поставки по принципу срочного исполнения любого заказа, дешевой и сохранной доставки товаров клиентуре. Вице-президент подчеркнул, что компания собирается перейти на метод доставки, организуемый по установленным логистическим системам. Подобное сообщение вызвало большой интерес у потенциальных инвесторов.

Задание по кейсу № 3:

Представьте себя на месте вице-президента и объясните работу логистической системы, которую организовала компания на основании отношений партнерства с компаниями-посредниками («отношения по цепочке поставки»).

3.3 Критерии оценивания

Виды текущего контроля	Высокий уровень 90-100%	Продвинутый уровень 75-89%	Пороговый уровень 50-74%	Недостаточный уровень 0-49%
устный опрос решение задач творческие задания упражнения индивидуальное тестирование и тестирование в малых группах	27-30	23-26	15-22	0-14
Задание для самостоятельной работы	27-30	23-26	15-22	0-14

В соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки результатов обучения студентов посещение оценивается следующим образом:


- менее 50% занятий – 0 баллов;
- 50 – 74% занятий – 15 баллов;
- 75 – 89% занятий – 18 баллов;
- 90 – 100% занятий – 20 баллов

Критерии оценивания устного опроса

«отлично» (А, А-; 4.0 – 3.67; 90 – 100%) ставится, если студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

«хорошо» (В+, В, В-; 3.33 – 2.67; 75 – 89%) ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

«удовлетворительно» (С+, С, С-, D+, D; 2.33 – 1.0; 50 – 74%) ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Костанайский филиал Кафедра экономики			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление конкурентоспособностью логистических провайдеров» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Бизнес логистика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 12 из 12	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____

неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

«неудовлетворительно» (F; 0; 0 – 49%) ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Критерии оценивания кейса студента

«отлично» (A, A-; 4.0 – 3.67; 90 – 100%) выставляется студенту, если демонстрируются: умения использовать системный и ситуативный подходы, представить аргументированное рассуждение по проблеме, получить и обработать дополнительные данные; определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, причины возникновения ситуации, проблемы; понимать более широкий контекст, в рамках которого находится ситуация: её связи с другими проблемами, определять риски, трудности при разрешении проблемы, подготовить программу действий.

«хорошо» (B+, B, B-; 3.33 – 2.67; 75 – 89%) выставляется студенту, если демонстрируются: умения использовать системный и ситуативный подходы, представить определённые аргументы рассуждения по проблеме, получить и обработать дополнительные данные; определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, причины возникновения ситуации, проблемы и её связи с другими проблемами, определять некоторые риски, трудности при разрешении проблемы, подготовить программу действий.

«удовлетворительно» (C+, C, C-, D+, D; 2.33 – 1.0; 50 – 74%) выставляется студенту, если демонстрируются: умения представить рассуждения по проблеме, определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, определять возможные связи проблемы с другими проблемами, частично описать программу действий.

«неудовлетворительно» (F; 0; 0 – 49%) выставляется студенту, если демонстрируются: разрозненные аргументы по проблеме или аргументы отсутствуют, неумение определять цели, задачи, результаты предстоящей деятельности, связи проблемы с другими проблемами, программа действий содержит серьезные ошибки или отсутствует.

Критерии оценивания самостоятельных работ

«отлично» (A, A-; 4.0 – 3.67; 90 – 100%) выставляется, если студент выполнил работу без ошибок и недочётов, допустил не более одного недочёта.

«хорошо» (B+, B, B-; 3.33 – 2.67; 75 – 89%) выставляется, если студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочёта, или не более двух недочётов.

«удовлетворительно» (C+, C, C-, D+, D; 2.33 – 1.0; 50 – 74%) выставляется, если студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочёта, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочётов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочётов, допускает искажение фактов.

«неудовлетворительно» (F; 0; 0 – 49%) выставляется, если студент допустил число ошибок и недочётов превосходящее норму, при которой может быть выставлено «удовлетворительно», или если правильно выполнил менее половины работы.