МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Казанский государственный аграрный университет»
(ФГБОУ ВО Казанский ГАУ)

Институт экономики
Кафедра – экономики и организации производства

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 00861D77F7F654DB91BE53EB1C33DC7D39
Владелец: Дмитриев Андрей Владимирович
Действителен: с 16.07.2026 до 09.10.2027

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе, доцент
_____ А.В. Дмитриев
«21» мая 2026 г.
.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Особенности экспорта халяльной продукции: требования, сертификация и маркетинг»
(Оценочные средства и методические материалы)

приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки
38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки
Мировые аграрные рынки
(сетевая программа с МГИМО МИД России)

Форма обучения
очная

Казань – 2026

Составитель: к.э.н, доцент — Авхадиев Ф. Н.
Должность, ученая степень, ученое звание — Ф.И.О.

Оценочные средства обсуждены и одобрены на заседании кафедры экономики и организации производства «28» апреля 2026 года (протокол № 8)

Заведующий кафедрой:
д.э.н., профессор — Мухаметгалиев Ф. Н.
Должность, ученая степень, ученое звание — Ф.И.О.

Рассмотрены и одобрены на заседании методической комиссии института экономики «10» мая 2026 года (протокол № 11)

Председатель методической комиссии:
к.э.н., доцент — Авхадиев Ф. Н.
Должность, ученая степень, ученое звание — Ф.И.О.

Согласовано:
Директор — Низамутдинов М. М.
Ф.И.О.

Протокол ученого совета института № 9 от «19» мая 2026 года

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения ОПОП по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Особенности экспорта халяльной продукции: требования, сертификация и маркетинг»:

Таблица 1.1 – Требования к результатам освоения дисциплины

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-4 Способен готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами в российских и зарубежных компаниях и оценки их эффективности	ПК-4.1Компетентен проводить анализ и моделирование бизнес-процессов экспорта халяльной продукции (сертификация, прослеживаемость, маркировка) для оптимизации деятельности организаций АПК	Знать: методы анализа и моделирования процессов управления экспортом халяля Уметь: проводить анализ для оптимизации деятельности АПК на халяль-рынках Владеть: навыками моделирования управленческих процессов в халяль-логистике и сертификации
	ПК-4.2Владеет навыками анализа и обобщения данных по рынкам халяльной продукции, требованиям сертификационных органов и эффективности маркетинговых стратегий для развития международного бизнеса компании АПК	Знать: методы анализа и обобщения данных по халяль-индустрии Уметь: подготавливать аналитические материалы по управлению экспортом халяля Владеть: навыками совершенствования системы международного бизнеса АПК на основе халяль-требований

2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Таблица 2.1 – Показатели и критерии определения уровня сформированности компетенций (интегрированная оценка уровня сформированности компетенций)

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценка уровня сформированности			
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
ПК-4.1 Компетентен проводить анализ и моделирование бизнес-процессов экспорта халяльной продукции (сертификация, прослеживаемость, маркировка) для оптимизации деятельности организаций АПК	Знать: методы анализа и моделирования процессов управления экспортом халяля	Не знает методов методы анализа и моделирования процессов управления экспортом халяля	Знает названия методов, но не понимает их применимость к прослеживаемости/маркировке	Знает методы, применяет их к отдельным процессам (только сертификация)	Знает и комплексно применяет методы к сквозным бизнес-процессам (сертификация→прослеживаемость→маркировка)
	Уметь: проводить анализ для оптимизации деятельности АПК на халяль-рынках	Не умеет проводить анализ для оптимизации деятель-ности АПК на халяль-рынках	Проводит поверхностный анализ, не выявляет узкие места	Проводит корректный анализ, но рекомендации по оптимизации носят общий характер	Проводит глубокий анализ с количественной оценкой потерь и предлагает конкретные меры оптимизации
	Владеть: навыками моделирования управленческих процессов в халяль-логистике и сертификации	Не владеет навыками моделирования управленческих процессов в халяль-логистике и сертификации	Владеет отдельными приёмами (например, только блок-схемы)	Моделирует процессы на базовом уровне (BPMN уровень 1)	Строит детальные, верифицируемые модели (BPMN 2.0), готовые к внедрению в ERP/системы прослеживаемости
ПК-4.2 Владеет навыками анализа и обобщения данных по рынкам халяльной продукции, требованиям сертификационных органов и эффективности маркетинговых стратегий для развития международного бизнеса компании АПК	Знать: методы анализа и обобщения данных по халяль-индустрии	Не знает методов анализа и обобщения данных по халяль-индустрии	Знает только описательные методы (среднее, проценты)	Знает методы регрессионного/кластерного анализа, но применяет шаблонно	Знает передовые методы (Big Data в халяль-индустрии, бенчмаркинг сертификационных органов)
	Уметь: подготавливать аналитические материалы по управлению экспортом халяля	Не умеет подготавливать аналитические материалы по управлению экспортом халяля	Готовит отрывочные данные без выводов	Готовит структурированные отчёты с выводами по одному из аспектов (рынки/сертификация/маркетинг)	Готовит комплексные аналитические записки с рекомендациями, включая сравнительный анализ эффективности стратегий
	Владеть: навыками совершенствования системы международного бизнеса АПК на основе халяль-требований	Не владеет навыками совершенствования системы международного бизне-са АПК на основе ха-ляль-требований	Предлагает единичные улучшения (только смена маркировки)	Разрабатывает план совершенствования по одному направлению (логистика или сертификация)	Разрабатывает и обосновывает системную модель совершенствования бизнеса АПК под требования халяль с KPI и сроками

Описание шкалы оценивания

1. Оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, не овладевшему ни одним из элементов компетенции, т.е. обнаружившему существенные пробелы в знании основного программного материала по дисциплине, допустившему принципиальные ошибки при применении теоретических знаний, которые не позволяют ему продолжить обучение или приступить к практической деятельности без дополнительной подготовки по данной дисциплине.

2. Оценка «удовлетворительно» ставится студенту, овладевшему элементами компетенции «знать», т.е. проявившему знания основного программного материала по дисциплине в объеме, необходимом для последующего обучения и предстоящей практической деятельности, знакомому с основной рекомендованной литературой, допустившему неточности в ответе на экзамене, но в основном обладающему необходимыми знаниями для их устранения при корректировке со стороны экзаменатора.

3. Оценка «хорошо» ставится студенту, овладевшему элементами компетенции «знать» и «уметь», проявившему полное знание программного материала по дисциплине, освоившему основную рекомендованную литературу, обнаружившему стабильный характер знаний и умений и способному к их самостоятельному применению и обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности.

4. Оценка «отлично» ставится студенту, овладевшему элементами компетенции «знать», «уметь» и «владеть», проявившему всесторонние и глубокие знания программного материала по дисциплине, освоившему основную и дополнительную литературу, обнаружившему творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании усвоенных знаний.

5. Оценка «зачтено» соответствует критериям оценок от «отлично» до «удовлетворительно».

6. Оценка «не зачтено» соответствует критерию оценки «неудовлетворительно».

3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

3.1 Типовые контрольные задания

ПК-4.1 Компетентен проводить анализ и моделирование бизнес-процессов экспорта халяльной продукции (сертификация, прослеживаемость, маркировка) для оптимизации деятельности организаций АПК

Задания закрытого типа

1. Какой этап процесса халяль-сертификации является наиболее критическим с точки зрения временных затрат при моделировании бизнес-процесса экспорта?

A) Получение счёта на оплату сертификации

B) Проведение инспекционного аудита производства сертифицирующим органом (от 2 до 6 месяцев)

C) Подписание договора с логистической компанией

D) Разработка дизайна упаковки

2. При оптимизации бизнес-процесса сертификации халяльной продукции для нескольких стран ОИС одновременно наиболее эффективным решением является:

A) Получение отдельных сертификатов в каждой стране последовательно

B) Получение международного сертификата по стандарту OIC/SMIIC 1 с последующим взаимным признанием (mutual recognition) в целевых странах

C) Отказ от сертификации

D) Использование только внутренних документов предприятия

3. Какой показатель (KPI) используется для оценки эффективности процесса сертификации халяль на предприятии?
A) Количество сотрудников в отделе продаж
B) Время от подачи заявки до получения сертификата (lead time)
C) Площадь производственного помещения
D) Количество автомобилей в автопарке

4. При анализе бизнес-процесса сертификации «узким местом» (bottleneck) чаще всего является:
A) Оплата услуг сертификационного органа
B) Ожидание результатов лабораторных анализов на ДНК свиньи и алкоголь
C) Утверждение бренда компании
D) Наём курьера для доставки документов

5. В системе прослеживаемости халяльной продукции принцип «от фермы до вилки» (from farm to fork) означает способность:
A) Отследить каждый этап производства, хранения и транспортировки до конечного потребителя
B) Доставить продукцию в любую точку мира за 24 часа
C) Использовать только местное сырьё
D) Производить продукцию только на одной ферме

6. Какая технология является наиболее эффективной для обеспечения цифровой прослеживаемости халяльной продукции при экспорте в страны ОИС?
A) Бумажные журналы учёта
B) Блокчейн (blockchain) в сочетании с QR-кодами на упаковке
C) Устные распоряжения персоналу
D) Фотографии продукции на смартфон

7. В модели бизнес-процесса прослеживаемости халяльной продукции критически важной точкой контроля является:
A) Момент подписания контракта с покупателем
B) Момент очистки оборудования и транспортных средств после перевозки нехаляльных грузов
C) Момент получения предоплаты
D) Момент утверждения дизайна этикетки

8. При моделировании процесса прослеживаемости для экспорта халяльной курицы в Саудовскую Аравию в систему необходимо включить контроль:
A) Цвета оперения птицы
B) Температуры убоя и соответствия забоя требованиям халяль (произнесение молитвы, направление в сторону Мекки)
C) Настроения сотрудников на производстве
D) Громкости музыки в цехе

9. Какое требование к маркировке халяльной продукции является общим для большинства стран ОИС?
A) Наличие логотипа халяль на основном поле упаковки
B) Использование только чёрно-белой печати
C) Отсутствие даты производства

D) Указание только на арабском языке

10. При анализе бизнес-процесса маркировки халяльной продукции для разных стран ОИС наиболее затратным (с точки зрения времени и ресурсов) является:
A) Разработка единого дизайна
B) Создание отдельных вариантов упаковки под каждую страну с учётом национальных требований к маркировке (язык, штрих-код, перечень ингредиентов)
C) Использование наклеек поверх существующей упаковки
D) Отказ от маркировки

11. Какой элемент маркировки обязателен для халяльной продукции, экспортируемой в Индонезию?
A) Надпись «Sertifikasi Halal MUI» с уникальным номером сертификата
B) Надпись «Kosher» крупным шрифтом
C) Изображение свиньи перечёркнутой красной линией
D) Указание только на китайском языке

12. При оптимизации процесса маркировки для экспорта в несколько стран Персидского залива целесообразно:
A) Делать уникальную упаковку для каждого эмирата
B) Разработать универсальную маркировку с многоязычным текстом (арабский, английский) и логотипом GSO Halal
C) Использовать маркировку только на русском языке
D) Отказаться от указания состава продукта

13. Какой инструмент используется для визуализации и анализа бизнес-процесса экспорта халяльной продукции (выявление узких мест, дублирования операций)?
A) Диаграмма Ганта (Gantt chart)
B) Карта потока создания ценности (Value Stream Mapping — VSM) или блок-схема процесса (flowchart)
C) Матрица БКГ (BCG matrix)
D) Древо целей

14. При моделировании бизнес-процесса экспорта халяльной продукции в страны ОИС этап «таможенное оформление в стране-импортёре» может быть оптимизирован за счёт:
A) Увеличения объёма партии
B) Предварительной электронной подачи документов и получения статуса «авторизованный экономический оператор» (AEO)
C) Отказа от сертификата халяль
D) Уменьшения количества товара

15. Какой показатель эффективности (KPI) бизнес-процесса экспорта халяльной продукции отражает долю продукции, возвращённой из-за несоответствия требованиям халяль?
A) Рентабельность продаж (ROS)
B) Уровень дефектов по халяль-соответствию (Halal non-conformance rate)
C) Коэффициент текучести кадров
D) Оборачиваемость дебиторской задолженности

Задания открытого типа

1 При анализе бизнес-процесса экспорта халяльной продукции инструмент _____ (название метода) позволяет выявить операции, не добавляющие ценности для потребителя, и сократить время прохождения процесса.

2 В оптимизированной модели сертификации халяль для экспорта в несколько стран ОИС используется принцип взаимного _____ (термин), при котором сертификат, выданный аккредитованным органом в одной стране, признаётся в другой.

3 Ключевым элементом системы прослеживаемости халяльной продукции является возможность идентификации каждой партии (batch/lot) с помощью уникального _____, который наносится на упаковку и вносится в электронную систему учёта.

4 Для оптимизации процесса маркировки при экспорте в разные страны ОИС рекомендуется использовать _____ (тип упаковки), где нанесена базовая информация на английском языке, а национальные требования (арабский, малайский, урду) выполняются с помощью наклеек (over-labeling) или сменных вкладок.

5 В блок-схеме бизнес-процесса экспорта халяльной продукции решение о необходимости проведения дополнительной очистки оборудования обозначается графическим символом _____ (геометрическая фигура), из которой выходят два или более альтернативных путей.

ПК-4.2 Владеет навыками анализа и обобщения данных по рынкам халяльной продукции, требованиям сертификационных органов и эффективности маркетинговых стратегий для развития международного бизнеса компании АПК

Задания закрытого типа

1. Какой показатель НЕ используется для оценки ёмкости рынка халяльной продукции в целевой стране?
A) Численность мусульманского населения
B) Среднедушевой доход мусульманского населения
C) Количество зарегистрированных в стране христиан
D) Доля импортной халяльной продукции в общем объёме потребления

2. При анализе рынка халяльной продукции стран ОИС наиболее динамично растущим сегментом является:
A) Рынок замороженных овощей
B) Рынок халяль-косметики и средств личной гигиены (personal care)
C) Рынок питьевой воды
D) Рынок строительных материалов

3. Какой метод сбора первичных данных наиболее эффективен для анализа потребительских предпочтений на рынке халяльной продукции в Индонезии?
A) Анализ открытой статистики ООН
B) Проведение онлайн-опросов через местные мессенджеры (WhatsApp, Telegram) с участием респондентов-мусульман
C) Изучение учебников по географии
D) Анализ погодных условий

4. При обобщении данных по рынку халяльной продукции ОАЭ ключевым трендом является:
A) Снижение спроса на сертифицированную продукцию

B) Рост спроса на продукты «премиум-халяль» с органической и «зелёной» сертификацией
C) Отказ от импорта мяса птицы
D) Запрет на использование пластиковой упаковки

5. Какое требование является общим для сертификационных органов Малайзии (JAKIM), Индонезии (MUI) и ОАЭ (ESMA/SFDA)?
A) Обязательное наличие на производстве женщины-инспектора
B) Проведение внезапных инспекций (unannounced audits) и лабораторный контроль на отсутствие ДНК свиньи и алкоголя
C) Сертификация только продукции растительного происхождения
D) Отсутствие требований к прослеживаемости

6. При анализе требований сертификационного органа Саудовской Аравии (SFDA) к импортёру халяльной продукции необходимо учитывать, что:
A) Достаточно сертификата любой российской организации
B) Требуется регистрация в электронной системе SFDA Halal и предоставление видео процесса забоя животных
C) Сертификация не требуется
D) Продукция должна быть произведена только в Саудовской Аравии

7. Какой сертификационный орган Турции (аккредитованный) предъявляет наиболее строгие требования к разделению производственных линий для халяльной и нехаляльной продукции?
A) Роскачество
B) HAK (Halal Akreditasyon Kurumu) и органы, им аккредитованные
C) Европейская комиссия
D) Всемирная торговая организация

8. При анализе различий в требованиях сертификационных органов стран ОИС важно учитывать, что:
A) Требования унифицированы и абсолютно идентичны во всех странах
B) Существуют национальные особенности: например, в Индонезии обязательна сертификация каждого ингредиента, в то время как в ОАЭ допускается сертификация конечного продукта
C) Каждая страна не признаёт сертификаты других стран
D) Сертификация требуется только для мясной продукции

9. Какой показатель (KPI) наиболее адекватно отражает эффективность маркетинговой стратегии при выводе новой халяльной продукции на рынок Малайзии?
A) Количество выпущенных пресс-релизов
B) Рост узнаваемости бренда (brand awareness) и доля рынка (market share) среди целевой аудитории через 6–12 месяцев
C) Количество сотрудников отдела маркетинга
D) Расходы на канцелярские товары

10. При анализе эффективности маркетинговой кампании халяльной продукции в ОАЭ выяснилось, что реклама в Instagram не дала ожидаемого результата. Наиболее вероятная причина:
A) В ОАЭ не используют Instagram
B) Не учтены культурные особенности: контент содержал изображения людей в открытой одежде или музыку, что снизило доверие консервативной аудитории
C) Слишком высокая цена продукта

D) Отсутствие английского перевода

11. Какой метод анализа эффективности маркетинговой стратегии позволяет сравнить результаты с конкурентами на рынке халяльной продукции?
A) SWOT-анализ (самостоятельно)
B) Бенчмаркинг (benchmarking) – сравнение с лидерами рынка по доле, цене, каналам дистрибуции
C) PEST-анализ
D) Анализ безубыточности

12. При оценке ROI (возврата на инвестиции) маркетинговой стратегии для экспорта халяльной продукции в Индонезию необходимо учитывать:
A) Только затраты на производство
B) Затраты на сертификацию, адаптацию упаковки, рекламу, участие в выставках и логистику по сравнению с полученной выручкой
C) Только затраты на рекламу
D) Только стоимость офиса

13. При обобщении данных по рынкам халяльной продукции трёх стран (Малайзия, ОАЭ, Турция) для принятия решения о приоритетном рынке необходимо:
A) Сравнить только численность населения
B) Построить интегральную оценку по критериям: ёмкость рынка, барьеры входа (сложность сертификации), уровень конкуренции, логистические затраты
C) Выбрать страну с наименьшей площадью территории
D) Ориентироваться только на интуицию

14. Какой инструмент анализа данных используется для выявления корреляции между уровнем дохода мусульманского населения и объёмом потребления халяльной продукции премиум-сегмента?
A) Диаграмма Ганта
B) Регрессионный анализ (regression analysis) или расчёт коэффициента корреляции Пирсона
C) Древо решений
D) Интеллект-карта
15. При обобщении результатов экспортной деятельности компании АПК за год по направлению халяль-продукции в отчёте рекомендуется представить:
A) Только финансовые показатели
B) Финансовые показатели, динамику доли рынка, данные по возвратам/рекламациям, оценку удовлетворённости партнёров и рекомендации по улучшению
C) Только количество отправленных партий
D) Только фотографии продукции

Задания открытого типа

1 Для обобщения данных о макроэкономических факторах, влияющих на рынок халяльной продукции в стране ОИС, используется метод _____-анализа (анализ политических, экономических, социальных и технологических факторов).

2 При анализе требований сертификационного органа JAKIM (Малайзия) необходимо учитывать, что он проводит не только первичный аудит, но и _____ (тип проверки) без предварительного уведомления предприятия.

3 Ключевым показателем эффективности маркетинговой стратегии на халяль-рынке является _____ (аббревиатура), отражающий долю рынка, контролируемую брендом, по сравнению с конкурентами.

4 Инструмент _____ (название матрицы) позволяет обобщить данные о конкурентных позициях халяльной продукции компании на разных рынках ОИС по двум осям: «относительная доля рынка» и «темп роста рынка».

5 Итоговым документом, обобщающим анализ рынков, требований сертификации и эффективности маркетинговых стратегий, является _____ (название документа), который содержит рекомендации по выбору приоритетных стран и корректировке стратегии.

3.2 Типовые вопросы

ПК-4.1 Компетентен проводить анализ и моделирование бизнес-процессов экспорта халяльной продукции (сертификация, прослеживаемость, маркировка) для оптимизации деятельности организаций АПК

1. Постройте блок-схему бизнес-процесса «Получение халяль-сертификата для экспорта в ОАЭ». Укажите типовые сроки каждого этапа.
2. Какие этапы процесса прослеживаемости (traceability) халяльной продукции являются наиболее критическими с точки зрения риска потери статуса халяль?
3. Разработайте модель оптимизации процесса маркировки при экспорте в три страны (Малайзия, Турция, Казахстан) с использованием универсальной упаковки.
4. Какие показатели (KPI) используются для оценки эффективности процесса халяль-сертификации на предприятии?
5. Постройте диаграмму «как есть» (as-is) и «как должно быть» (to-be) для процесса приёмки халяль-сырья.
6. Какие «узкие места» (bottlenecks) чаще всего возникают при организации экспорта халяльной продукции в Индонезию и как их устранить?
7. Разработайте модель цифровой прослеживаемости халяльной продукции с использованием QR-кодов и блокчейна для рынка ОАЭ.
8. Проведите анализ временных затрат (тайминг) на этапе лабораторного контроля халяль-продукции и предложите способы сокращения.
9. Какие операции в процессе маркировки халяльной продукции могут быть автоматизированы для снижения человеческого фактора?
10. Разработайте алгоритм действий при обнаружении несоответствия халяль-статусу в уже отгруженной партии (отзыв продукции).
11. Постройте карту потока создания ценности (VSM) для процесса экспорта халяльной курицы в Саудовскую Аравию.
12. Какие метрики следует использовать для оценки эффективности системы прослеживаемости (время идентификации партии, полнота данных)?
13. Разработайте модель оптимизации документооборота при прохождении таможенного оформления халяльной продукции в Турции.
14. Проведите анализ альтернативных вариантов маркировки (наклейка vs. печать на упаковке) для экспорта в страны с разными языковыми требованиями.
15. Какие бизнес-процессы на предприятии АПК требуют обязательного перепроектирования (реинжиниринга) при переходе на экспорт халяльной продукции?

ПК-4.2 Владеет навыками анализа и обобщения данных по рынкам халяльной продукции, требованиям сертификационных органов и эффективности маркетинговых стратегий для развития международного бизнеса компании АПК

1. Какие источники данных (первичные и вторичные) используются для оценки ёмкости рынка халяльной продукции в стране ОИС?
2. Проведите сравнительный анализ требований сертификационных органов JAKIM (Малайзия) и MUI (Индонезия). Выделите три ключевых отличия.
3. Какие показатели эффективности маркетинговой стратегии (не менее пяти) являются наиболее значимыми для оценки вывода нового халяль-бренда на рынок ОАЭ?
4. Как провести бенчмаркинг конкурентов на рынке халяльной продукции Саудовской Аравии? Какие параметры сравнивать?
5. Разработайте методику расчёта ROI (возврата на инвестиции) для экспортного халяль-проекта в Турцию (учёт затрат на сертификацию, маркетинг, логистику).
6. Какие инструменты статистического анализа (регрессия, корреляция) могут быть применены для прогнозирования спроса на халяльную продукцию в Индонезии?
7. Обобщите данные по трём рынкам (Малайзия, Катар, Нигерия) для принятия решения о приоритетном направлении экспорта молочной продукции.
8. Какой формат аналитического отчёта (структура, графики, выводы) наиболее информативен для руководства АПК-компании?
9. Проведите анализ эффективности различных каналов маркетинга (соцсети, ТВ, B2B-выставки) для продвижения халяльной продукции в ОАЭ.
10. Какие метрики используются для оценки лояльности потребителей халяльной продукции на рынке Турции (NPS, повторные покупки)?
11. Разработайте методику оценки удовлетворённости партнёра-дистрибьютора из Саудовской Аравии условиями сотрудничества.
12. Как обобщить данные о сезонности продаж халяльной продукции (связь с Рамаданом, Курбан-байрамом) для планирования маркетингового бюджета?
13. Проведите анализ чувствительности (sensitivity analysis) экспортного проекта халяль-продукции к изменению пошлин и логистических затрат.
14. Какие выводы можно сделать на основе анализа динамики доли рынка конкурентов за последние 3 года на халяль-рынке Малайзии?
15. Разработайте систему сбалансированных показателей (BSC) для оценки эффективности международного бизнеса компании по направлению халяль-экспорта.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Лекции оцениваются по посещаемости, активности, умению выделить главную мысль.

Практические занятия оцениваются по самостоятельности выполнения работы, грамотности в оформлении, правильности выполнения.

Самостоятельная работа оценивается по качеству и количеству выполненных домашних или контрольных работ, грамотности в оформлении, правильности выполнения.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета и экзамена.

Для получения зачета и экзамена студент очной формы обучения должен в течение семестра активно посещать лекции и принимать участие в обсуждении вопросов, касающихся изучаемой темы, выполнить и защитить отчеты по практическим занятиям.

Критерии оценки зачета и экзамена могут быть получены в тестовой форме: количество баллов или удовлетворительно, хорошо, отлично. Для получения соответствующей оценки на зачете и экзамене по курсу используется накопительная система бально-рейтинговой работы студентов. Итоговая оценка складывается из суммы баллов или оценок, полученных по всем разделам курса и суммы баллов, полученной на зачете и экзамене.

Таблица 4.1 - Критерии оценки уровня знаний студентов с использованием теста на зачете и экзамене по учебной дисциплине

Оценка	Характеристики ответа студента
Отлично	86-100 % правильных ответов
Хорошо	71-85 %
Удовлетворительно	51- 70%
Неудовлетворительно	Менее 51 %

Оценка «зачтено» соответствует критериям оценок от «отлично» до «удовлетворительно».

Оценка «не зачтено» соответствует критерию оценки «не удовлетворительно».

Количество баллов и оценка неудовлетворительно, удовлетворительно, хорошо, отлично определяются программными средствами по количеству правильных ответов к количеству случайно выбранных вопросов.

Критерии оценивания компетенций, следующие:

1. Ответы имеют полные решения (с правильным ответом). Их содержание свидетельствует об уверенных знаниях обучающегося и о его умении решать профессиональные задачи, оценивается в 5 баллов (отлично);

2. Более 75% ответов имеют полные решения (с правильным ответом). Их содержание свидетельствует о достаточных знаниях обучающегося и его умении решать профессиональные задачи – 4 балла (хорошо);

3. Не менее 50% ответов имеют полные решения (с правильным ответом). Их содержание свидетельствует об удовлетворительных знаниях обучающегося и о его ограниченном умении решать профессиональные задачи, соответствующие его будущей квалификации – 3 балла (удовлетворительно);

4. Менее 50% ответов имеют решения с правильным ответом. Их содержание свидетельствует о слабых знаниях обучающегося и о его неумении решать профессиональные задачи – 2 балла (неудовлетворительно).