

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение инклюзивного высшего образования
«Московский государственный
гуманитарно-экономический университет»

КАЛМЫЦКИЙ ФИЛИАЛ ФГБОУ ИВО «МГГЭУ»



Комплект контрольно-оценочных средств
для проведения текущей аттестации
по профессиональному модулю
03 Организация логистических процессов в транспортировке и сервисном
обслуживании
МДК.03.02 Логистика сервисного обслуживания
в рамках программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ)
по специальности СПО
38.02.03 Операционная деятельность в логистике

Элиста, 2022 г.

Разработчик

Калмыцкий филиал ФГБОУ ИВО «Московский государственный гуманитарно-экономический университет», преподаватель
О.В. Тиминова *О.В.*

Эксперт

ООО «ТК Постсервис», генеральный директор, Саранов Н.Н. *Н.Н.*

Рассмотрено на заседании предметно-цикловой комиссии
общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей



Протокол № 3 от « 06 » 10 2022 г.
Председатель ПЦК *Тарасенко* /Г.А. Тарасенко/

Одобрено научно-методическим советом

Протокол № 2 от « 20 » 10 2022 г.
Председатель НМС *Бамбушева* /Н.С. Бамбушева/

1.Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств
1.1.Область применения комплекта оценочных средств

Комплект оценочных средств предназначен для текущей оценки результатов освоения профессионального модуля 03 Организация логистических процессов в транспортировке и сервисном обслуживании МДК.03.02 Логистика сервисного обслуживания.

В результате контроля и оценки по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка профессиональных и общих компетенций.

Таблица 1

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата	Тип задания
ПК 3.1. Планировать, подготавливать и осуществлять процесс перевозки грузов	Рассчитывать стоимость грузоперевозок различными видами транспорта, в т.ч. смешанной перевозки; определять оптимальный маршрут перевозки; осуществлять выбор транспортного средства; заполнять транспортные документы, в т.ч. на английском языке; проводить оптимизацию транспортных расходов; применять методы маркетинговых исследований	Профессиональные задачи
ПК 3.2. Определять параметры логистического сервиса	Определять экономические параметры логистического сервиса	
ПК 3.3. Оценивать качество логистического сервиса	Применять методы оценки качества логистического сервиса; определять параметры качества логистического сервиса.	

Таблица 2

Общие компетенции	Показатели оценки результата	Тип задания
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Выбор оптимальных способов решения профессиональных задач применительно к различным контекстам.	Профессиональные задачи
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Эффективный поиск необходимой информации, использование различных источников получения информации, включая интернет-ресурсы.	
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в	Умение постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач; Своевременность сдачи практических заданий, отчетов по практике; Рациональность распределения	

различных жизненных ситуациях	времени при выполнении практических работ с соблюдением норм и правил внутреннего распорядка.	
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Взаимодействие с коллегами, руководством, клиентами, самоанализ и коррекция результатов собственной работы.	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Использование механизмов создания и обработки текста, а также ведение деловых бесед, участие в совещаниях, деловая телефонная коммуникация.	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умение понимать и применять законодательно-нормативные документы, профессиональную литературу, разъяснения и информацию компетентных органов, типовые формы и документы.	

2.Комплект оценочных средств
2.1.Задания для проведения текущей аттестации

Раздел 2. Логистика сервисного обслуживания
МДК.03.02 Логистика сервисного обслуживания
Тема 2.1. Основы логистики сервисного обслуживания
Задание 1.

Тест

1. К оказанию сервисных логистических услуг НЕ относится:
 - А) подбор ассортимента;
 - Б) формирование грузовых единиц;
 - В) обеспечение сохранности груза при транспортировке;
 - Г) выбор поставщика.
2. Критерии качества логистического сервиса:
 - А) надежность поставки;
 - Б) время выполнения заказа;
 - В) место выполнения заказа;
 - Г) наличие запасов на складе;
 - Д) возможность предоставления кредита.
3. К критериям качества логистического обслуживания относятся:
 - А) гибкость поставки;
 - Б) способ транспортировки;
 - В) обеспечение запасными частями;
 - Г) гибкость цены;
 - Д) надежность поставки.
4. Логистический сервис может осуществляться...
 - А) производителем продукции;
 - Б) экспедиторской фирмой;

- В) поставщиком;
 Г) торгующей организацией.
5. Установите последовательность логистического сервиса:
 А – определение перечня наиболее значимых для покупателя услуг; Б – сегментация потребительского рынка, т.е. его разделение на конкретные группы потребителей; В – определение стандартов услуг; Г – ранжирование услуг; Д – оценка услуг, установление соответствия между уровнем сервиса и его стоимостью; Е – установление обратной связи с покупателями.
- 1) Г → В → Д → А → Б → Е;
 2) Б → А → Г → В → Д → Е;
 3) В → Г → Д → Б → А → Е.
6. Ранжирование услуг осуществляется методом...
 А) корреляционного анализа;
 Б) регрессионного анализа;
 В) интерполяции;
 Г) экстраполяции;
 Д) экспертных оценок.
7. К критериям качества логистического сервиса НЕ относится...
 А) надежность поставок;
 Б) время поставки;
 В) качество продукции;
 Г) возможность предоставления кредитов.

Тема 2.2. Формирование системы логистического сервиса

Вариант №1

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:
 а) опрос, профессионализм, качество;
 б) услуга, спрос, специалист;
 в) деятельность, потребность и услуга.
2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
 а) исследовательская;
 б) потребительская (пользовательская);
 в) ценностно-ориентационная.
3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:
 а) бронирование номеров;
 б) прием и размещение;
 в) расчет при выезде.
4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:
 а) рекламные услуги;
 б) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
 в) психодиагностику.
5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:
 а) уровень развития экономики и хозяйственная система;
 б) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
 в) общественные структуры: политические партии.
6. В чем заключается неосвязаемость услуги:
 а) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
 б) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
 в) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.

7. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:

- a) спрос;
- b) потребность;
- c) мотивация.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

- a) неразрывность производства и потребления услуги;
- b) несохраняемость услуг;
- c) незабываемость услуг.

9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

- a) определенный способ предоставления услуг заказчику;
- b) предоставление информации клиенту;
- c) оказание услуги клиенту.

10. Сервисная деятельность – это:

- a) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
- b) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
- c) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

11. Услуга обладает следующими качествами:

- a) способность к хранению и транспортировке;
- b) неотделимость от своего источника;
- c) неизменностью качества.

12. К некоммерческим услугам относят:

- a) услуги предприятий туризма и отдыха;
- b) услуги организаций общественного питания;
- c) услуги благотворительных фондов.

13. Целью сервисной деятельности является:

- a) удовлетворение человеческих потребностей;
- b) исследование рынка услуг;
- c) производство услуг.

14. Контактной зоной не является:

- a) зона ремонта бытовой техники;
- b) рабочее место парикмахера;
- c) рабочее место стоматолога.

15. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:

- a) бесконтактным;
- b) формальным;
- c) бесплатным.

16. Физические потребности это потребности в:

- a) в общественной деятельности;
- b) во сне;
- c) в творческой деятельности.

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- a) бесконтактное обслуживание;
- b) фирменное обслуживание;
- c) неформальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- a) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
- b) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.

- с) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.
19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей.
- а) 0 – 45см;
 - б) 45 – 120 см;
 - с) 120 – 400 см.
20. Франчайзинг это:
- а) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;
 - б) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества;
 - с) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.
21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:
- а) социальный статус;
 - б) выгода;
 - с) мотив.
22. Характеристика услуг:
- а) неопределенность качества;
 - б) могут накапливаться;
 - с) передача собственности.
23. Характеристика товаров:
- а) неоднородность;
 - б) индивидуальность;
 - с) осязаемость.
24. Виды сервиса по содержанию работ. Жесткий сервис это:
- а) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
 - б) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
 - с) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

Вариант №2

1. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:
- а) жилищно-коммунальные услуги;
 - б) научно-исследовательские услуги;
 - с) услуги системы образования, культуры, туристско-экскурсионные услуги;
2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:
- а) материально-преобразовательная;
 - б) исследовательская;
 - с) потребительская (пользовательская);
3. Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным?
- а) Резервирование столиков;
 - б) Вызов такси;
 - с) Кондиционирование воздуха;

4. Реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-оформительские услуги – это область сервиса в:
 - a) материально-преобразовательной деятельности;
 - b) познавательной деятельности;
 - c) ценностно-ориентационной деятельности;
5. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:
 - a) потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении;
 - b) физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении);
 - c) потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.
6. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:
 - a) контактная зона;
 - b) зал ожидания;
 - c) комната для посетителей.
7. В чем заключается несохраняемость услуг:
 - a) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
 - b) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
 - c) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.
8. Отличительными особенностями услуг являются:
 - a) неосвязаемость услуг;
 - b) неразрывность производства и потребления услуги;
 - c) незабываемость услуг.
9. Обслуживание это:
 - a) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги;
 - b) оказание услуги потребителю;
 - c) комплекс мер по обслуживанию населения.
10. Сервис — это:
 - a) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг;
 - b) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой;
 - c) предпродажное и гарантийное обслуживание.
11. Производственные услуги – это:
 - a) услуги банков, страховых компаний;
 - b) инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг;
 - c) пассажирский транспорт, торговля, образование.
12. Услуги по регистрации транспортных средств являются:
 - a) государственными;
 - b) идеальными;
 - c) смешанными.
13. Контактная зона – это:
 - a) любое место, где производится услуга;
 - b) место, где услуга может храниться;
 - c) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.
14. Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания – это:

- a) поиск понимания;
 - b) призыв к совести;
 - c) жалоба.
15. Социальные потребности это потребности в:
- a) в самовыражении;
 - b) в познании,
 - c) в жилье.
16. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:
- a) обслуживание на дому;
 - b) индивидуальное обслуживание;
 - c) письменное обслуживание.
17. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:
- a) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
 - b) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.
 - c) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
- 18 . В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Персональная дистанция - нормальное расстояние для общения знакомых людей..
- a) 0 – 45см;
 - b) 45 – 120 см;
 - c) 120 – 400 см.
19. Франчайзинг это:
- a) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.
 - b) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества
 - c) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;
20. Качество услуг тесно переплетается:
- a) с совершенствованием управленческих операций внутри сервисного предприятия;
 - b) со сбалансированным соотношением цены и качества продукции;
 - c) со стандартизацией услуг и безопасностью процесса обслуживания.
21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:
- a) референтные группы;
 - b) комфорт;
 - c) престиж.
22. Характеристика услуг:
- a) деятельность, процесс;
 - b) производство, хранение и распределение отделено от потребления;
 - c) получает только один покупатель единовременно.
23. Характеристика товаров:
- a) потребитель участвует в производственном процессе;
 - b) производство и потребление осуществляются одновременно;
 - c) передача собственности.
24. Виды сервиса по содержанию работ. Мягкий сервис это:
- a) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);

b) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;

с) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

25. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Основные различия:

a) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;

b) соответствие техническим условиям и стандартам;

с) продукт человеческой деятельности.

Вариант №3

1. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:

a) бытовые услуги;

b) услуги грузового и пассажирского транспорта, связи;

с) управленческие услуги;

2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:

a) исследовательская;

b) потребительская (пользовательская);

с) коммуникативная (общение).

3. Что такое трансфер?

a) Покупка и доставка билетов;

b) Встреча и проводы;

с) Экскурсионные услуги.

4. Выделите два главных уровня сервиса в познавательной деятельности:

a) эмпирический и теоретический;

b) оценочный и информационный;

с) аналитический и экспертный.

5. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:

a) потребность в уважении, физиологические потребности, потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо);

b) потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.

с) физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении).

6. Совокупность предприятий сферы сервиса и их сервисная деятельность – это:

a) индустрия сферы услуг;

b) инфраструктура сферы услуг;

с) индустрия сервиса.

7. Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем:

a) это отчужденный от производителя результат труда;

b) это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа;

с) фактически производство совмещено с потреблением.

8. Отличительными особенностями услуг являются:

a) неразрывность производства и потребления услуги;

b) несохраняемость услуг;

с) незабываемость услуг.

9. Сфера обслуживания населения – это:

- a) совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению;
- b) деятельность предприятий и организаций, направленная на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах;
- c) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.

10. Услуга – это:

- a) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо;
- b) осязаемые действия, направленные на товар или человека;
- c) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями.

11. Общественными услугами являются:

- a) телевидение, радио, образование;
- b) услуги, связанные с досугом;
- c) услуги, связанные с транспортом.

12. К легитимным услугам относят:

- a) нелегальные услуги;
- b) услуги, имеющие криминальный оттенок;
- c) услуги, одобряемые государством и обществом.

13. Контактной зоной может считаться:

- a) стойка администратора в гостинице;
- b) цех по ремонту оборудования;
- c) строительная площадка.

14. Период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги это:

- a) нормативное время;
- b) время обслуживания;
- c) ресурсное время.

15. Одной из существенных отличий услуги от товара является:

- a) различие мест хранения;
- b) более высокая стоимость;
- c) совмещение производства и потребления.

16. Интеллектуальные потребности это потребности в:

- a) образовании;
- b) в самовыражении;
- c) в пище.

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- a) самообслуживание;
- b) фирменное обслуживание;
- c) индивидуальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- a) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку;
- b) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку;
- c) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.

19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Социальная дистанция – формальные встречи в общественных местах..

- a) 120 – 400 см;
- b) 45 – 120 см;

с) 400 - 750см.

20. Франчайзинг это:

а) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;

б) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.

с) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества.

21. Внутренние факторы, влияющие на покупательское поведение:

а) социальный статус;

б) культура;

с) престиж

22. Характеристика услуг:

а) потребитель участвует в производственном процессе;

б) производство, хранение и распределение отделено от потребления;

с) передача собственности.

23. Характеристика товаров:

а) потребитель участвует в производственном процессе;

б) индивидуальность;

с) передача собственности.

24. Виды сервиса по содержанию работ. Косвенный сервис это:

а) включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);

б) включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;

с) сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

25. Разработка новых товаров и услуг: сходство и различия. Основные различия:

а) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;

б) соответствие техническим условиям и стандартам;

с) продукт человеческой деятельности.

Задача 1.

В таблице приведен общий список услуг, которые могут быть оказаны фирмой в процессе поставки товаров, а также время, необходимое для оказания каждой отдельной услуги (чел/час).

Перечень услуг, фактически оказываемых фирмой: № 3, 9, 15.
Определите уровень логистического обслуживания.

№ услуги	Время, необходимое для оказания услуги, чел/час, t_i
Итого:	50
1	0,5
2	1
3	2
4	2
5	1

№ услуги	Время, необходимое для оказания услуги, чел/час, t_i
6	0,5
7	4
8	0,5
9	1
10	1
11	2
12	1
13	3
14	2
15	0,5

2.2. Критерии оценивания

Критерии оценивания практического задания

Оценка	Критерии
Отлично	Глубокое и прочное усвоение программного материала курса, исчерпывающее, последовательное, четкое и логически стройное его изложение, умение тесно увязывать теорию с практикой, свободное решение задач и вопросов, решение без затруднений видоизмененных заданий, правильное обоснование принятых решений, владение разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач
Хорошо	Полное освоение учебного материала, в котором студент твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения
Удовлетворительно	Студент имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач
Неудовлетворительно	Студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно

Критерии оценивания тестовых заданий

Оценка	Критерии
«Отлично»	90 – 100 % правильных ответов
«Хорошо»	80 – 90 % правильных ответов
«Удовлетворительно»	70 - 80 % правильных ответов
«Неудовлетворительно»	менее 70% правильных ответов

2.3. Информационное обеспечение обучения
Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов,
дополнительной литературы:

Основные источники:

1. Александров О. А. Логистика: учебное пособие / О. А. Александров. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 217 с.
2. Бочкарева Н. А. Основы грузоведения: учебное пособие для СПО / Н. А. Бочкарева. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 156 с. — ISBN 978-5-4488-0843-2, 978-5-4497-0563-1. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/98585>
3. Вискова Д. Ю. Организация работы складского хозяйства: учебное пособие для СПО / Д. Ю. Вискова, Е. И. Куценко, Е. А. Лавренко. — Саратов: Профобразование, 2020. — 264 с. — ISBN 978-5-4488-0590-5. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/92131>
4. Григорьев М. Н. Коммерческая логистика: теория и практика: учебник для среднего профессионального образования / М. Н. Григорьев, В. В. Ткач. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 507 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03178-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].-URL: <https://urait.ru/bcode/471543>
5. Захарова Н. А. Риски и страхование на транспорте: учебник для СПО / Н. А. Захарова. — Саратов: Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 353 с. — ISBN 978-5-4486-0753-0, 978-5-4488-0251-5. — Текст: электронный // электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/81318>

Дополнительные источники:

1. Канке А. А. Логистика : учебное пособие / А. А. Канке, И. П. Кошечая. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. – 384 с.
2. Лавренко Е. А. Логистика: практикум для СПО / Е. А. Лавренко, Д. Ю. Воронова.— Саратов: Профобразование, 2020. — 223 с. — ISBN 978-5-4488-0541-7. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/91889>
3. Левкин Г. Г. Логистика: учебное пособие для СПО / Г. Г. Левкин, Е. А. Панова. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 184 с. — ISBN 978-5-4486-0362-4, 978-5-4488-0196-9. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/76993>
4. Логистика и управление цепями поставок: учебник для среднего профессионального образования / В. В. Щербаков [и др.]; под редакцией В. В. Щербакова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 582 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11710-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].-URL: <https://urait.ru/bcode/471333>
5. Логистика промышленного предприятия: учебное пособие для СПО / П. П. Крылатков, Е. Ю. Кузнецова, Г. Г. Кожушко, Т. А. Минеева; под редакцией Г. Г. Кожушко. 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 174 с. — ISBN 978-5-4488-0455-7, 978-5-7996-2799-7. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/87820>

6. Маликова Т. Е. Складская логистика: учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Е. Маликова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 149 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14804-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/481958>

7. Неруш Ю. М. Логистика. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / Ю. М. Неруш, А. Ю. Неруш. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 221 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01263-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470001>

8. Неруш Ю. М. Логистика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. М. Неруш, А. Ю. Неруш. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 559 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12456-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469999>

9. Неруш Ю. М. Транспортная логистика: учебник для среднего профессионального образования / Ю. М. Неруш, С. В. Саркисов. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 351 с. (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11697-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476402>

10. Управление цепями поставок: учебное пособие для СПО / составители П. П. Крылатков, М. А. Прилуцкая, под редакцией И. В. Ершовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Уральский федеральный университет, 2020. — 139 с. — ISBN 978-5-4488-0774-9, 978-5-7996-2930-4. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/92376>

11. Яшин А. А. Логистика. Основы планирования и оценки эффективности логистических систем: учебное пособие для СПО / А. А. Яшин, М. Л. Ряшко; под редакцией Л. С. Ружанской. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 51 с. — ISBN 978-5-4488-0521-9, 978-5-7996-2867-3. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/87819>

Интернет-ресурсы:

1. Специализированный научно-практический журнал «Логистика»
2. <http://loginfo.ru/> - журнал о логистике в бизнесе «Логинфо»