

	Критерии	Максимальный балл
1	Верное определение основной исследовательской проблемы предложенной статьи	10
2	Анализ методов исследования, выделение спорных и противоречивых подходов	10
3	Выделение ограничений данного исследования	15
4	Оценка полезности и применимости результатов исследования в работе маркетологов мультинациональных корпораций	10
5	Выделение направлений для будущих исследований	10
6	Отсутствие фактических ошибок в трактовке содержания статьи, маркетинговых терминов и концепций	10
7	Логичность, последовательность и непротиворечивость изложения ответа	10
8	Знание литературы по проблематике статьи (цитирование, сравнение подходов к исследованиям и т.д.)	10
9	Аргументированные предложения автора (в том числе, касающиеся дополнительных методов исследования, критических замечаний по статье, неординарных трактовок проблематики и т.д.)	15
Итого		100