

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Игнатенко Виталий Иванович

Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике

Дата подписания: 07.08.2025 12:20:06

Уникальный программный ключ:

a49ae343af5448d4517e3e1e499c59da8109ba78

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Заполярный государственный университет им. Н. М. Федоровского»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
Антикризисный маркетинг

Уровень образования: бакалавриат

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

Разработчик ФОС:

кандидат экономических наук, Доцент, Н.А. Торгашова _____

Н.А. Торгашова

Оценочные материалы по дисциплине рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № №7 от 17.03.2025 г.

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Фонд оценочных средств по дисциплине Антикризисный маркетинг для текущей/промежуточной аттестации разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по специальности / направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент на основе Рабочей программы дисциплины Антикризисный маркетинг, утвержденной решением ученого совета от 17.03.2025 г., Положения о формировании Фонда оценочных средств по дисциплине (ФОС), Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ЗГУ, Положения о государственной итоговой аттестации (ГИА) выпускников по образовательным программам высшего образования в ЗГУ им. Н.М. Федоровского.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Таблица 1. Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.7 Анализирует альтернативные варианты маркетинговых решений для достижения намеченных результатов
ПК-1 Способен реализовывать стратегию поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной среде Интернет	ПК-1.3 Осуществляет тактическое планирование деятельности организации в информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Таблица 2. Паспорт фонда оценочных средств

№п/п	Контролируемые разделы(темы) дисциплины	Кодрезультатаобучения по дисциплине/ модулю	Оценочные средстватекущей аттестации		Оценочные средствапромежуточной аттестации	
			Наименовани е	Форма	Наименовани е	Форма
4 семестр						
5 семестр						

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы.

2.1. Задания для текущего контроля успеваемости

1. Кризисы в социально-экономическом развитии организации
2. Возможность, необходимость и содержание антикризисного маркетинга
3. Государственное регулирование кризисных ситуаций
4. Кризисы в развитии организации
5. Основные черты антикризисного маркетинга
6. Инновации в антикризисном маркетинге
7. Роль кризисов в жизнедеятельности различных типов

социально-экономических систем.

8. Подходы к определению (выявлению) причин экономических кризисов.
9. Фазы кризисного цикла и их характеристика.
10. Структурный кризис и его характеристика.
11. Кризисы неплатежей: причины и пути преодоления.
12. Принципы и методы диагностики в антикризисном маркетинге.
13. Роль информации в диагностике кризисов.
14. Диагностика скрытой стадии банкротства предприятия.
15. Причины и последствия кризисов государственного управления.
16. Характеристика системного кризиса государственного управления.
17. Возможные пути преодоления кризисов государственного управления.
18. Государственное стимулирование платежеспособного спроса населения.
19. Классификация рисков в антикризисном маркетинге.
20. Государственная поддержка и стимулирование развития малого предпринимательства как фактор антикризисного управления.
21. Роль государства в повышении инвестиционного спроса.
22. Факторы, симптомы и причины кризисов в организации.
23. Опасность кризисов в тенденциях циклического развития организации.
24. Периоды жизнедеятельности организации.
25. Дайте характеристику эксплерентному этапу развития организации.
26. Дайте характеристику пациентному этапу развития организации.
27. Дайте характеристику виолентному этапу развития организации.
28. Дайте характеристику коммутантному этапу развития организации.
29. Маркетинг: содержание, функции, объекты, средства.
30. Антикризисная стратегия и тактика маркетинга.
31. Организационный кризис и его черты.
32. Методика разработки антикризисной стратегии фирмы.
33. Социальные кризисы и их основные черты.
34. Банкротство: цели, разновидности.
35. Санация: цели, содержание.
36. Временный управляющий, его права и обязанности.
37. Внешний управляющий, его права и обязанности.
38. Конкурсный управляющий, его права и обязанности.
39. Реорганизация и ликвидация кооператива.
40. Особенности ликвидации градообразующих предприятий.
41. Государство как субъект антикризисного регулирования социально-экономического развития.
42. Инновационный процесс как фактор антикризисного управления.
43. Инновационный потенциал предприятия и его роль в антикризисном управлении.
44. Государственная инновационная стратегия антикризисного маркетинга.
45. Формирование инновационных инфраструктур как условия выхода из кризиса.
46. Охарактеризуйте содержание понятия «кризис государственной власти».
47. Реформа как средство антикризисного управления.
48. Виды государственного регулирования кризисных ситуаций.
49. Экологические кризисы и их влияние на развитие национальной экономики.
50. Социальное партнерство и его влияние на антикризисный маркетинг

2.2 Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

1. Тестовые задания:
 - Определение кризиса и его фаз (множественный выбор).
 - Принципы антикризисного регулирования (соответствие терминов).
 - Методы диагностики скрытого банкротства (верно/неверно).
2. Практические задания:
 - Расчет точки безубыточности для предприятия в кризисных условиях (на основе данных о постоянных/переменных затратах).
 - Разработка маркетингового плана для вывода нового продукта в условиях кризиса.
 - Анализ конкурентной среды с применением матриц МакКинзи и Ансоффа.
3. Кейсы:
 - Антикризисное управление на градообразующем предприятии: выбор стратегии.
 - Преодоление кризиса неплатежей в малом бизнесе.
 - Реализация инновационной стратегии в условиях ограниченного бюджета.
4. Устные вопросы:
 - Сравните антикризисный маркетинг и традиционный маркетинг.
 - Опишите роль внешнего управляющего в процедуре банкротства.
 - Проанализируйте влияние экологических кризисов на экономику.
5. Творческие задания:
 - Разработка кроссворда по терминам антикризисного маркетинга (15+ понятий).
 - Создание презентации по методам стимулирования спроса в кризис.
 - Эссе на тему «Риски цифровизации в антикризисном управлении».
6. Контрольные вопросы для промежуточной аттестации:
 - Классификация кризисов по масштабу и сфере возникновения.
 - Алгоритм проведения маркетингового исследования в кризисных условиях.
 - Характеристика этапов жизненного цикла организации (эксплерентный, пациентный, виолентный, коммутантный).

Текущий контроль проводится в виде: опроса на занятиях, проверочных и самостоятельных работ, промежуточная аттестация - тестирование