

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Зав. кафедрой

Мен_ФЭУ

аббревиатура кафедры



А.Н. Чаплина

подпись,

инициалы, фамилия

" 19 "

декабря

2017 г.

Торгово-экономический институт

полное наименование института

Кафедра менеджмента

и кафедры, реализующей дисциплину

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине (модулю), практике

Б1.В.ДВ.14.1

индекс и наименование дисциплины (модуля)

Антикризисное управление

*или практики (на русском и иностранном языке (при реализации на иностранном языке)) в соответствии с
ФГОС ВО и учебным планом*

Направление подготовки/специальность

38.03.02 Менеджмент

*код и наименование направления
подготовки/специальности*

Направленность (профиль)

**38.03.02.02.07 "Управление малым
бизнесом (в сфере услуг)"**

код и наименование направленности (профиля)

Красноярск 2017 г.

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы, описание показателей и критериев оценивания компетенций

Перечень компетенций и их структура в виде знаний, умений и навыков содержатся в разделе 1.3 «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования» рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.14.1 «Антикризисное управление».

Показателями оценивания компетенций являются наиболее значимые знания, умения и владения, которые формирует данная дисциплина.

Курс ¹	Се- местр ²	Код и содержание компетенции	Результаты обучения (компоненты компетенции) ³	Оценочные средства ⁴
4	7, 8	ПК-7 – владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	Знать: антикризисный инструментарий реализации управленческих решений Уметь: разрабатывать и реализовывать планы по выводу предприятия малого бизнеса из кризиса в сложной бизнес-среде Владеть: навыками контроля условий функционирования предприятия малого предпринимательства	Тестовые вопросы Учебная ситуация (кейс-задача), Доклад, Практические задания и задачи, Перечень вопросов для семинара/коллоквиума Вопросы к зачету, экзамену, курсовая работа
4	7, 8	ПК-15 - умение анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	Знать: основы управления рисками при реализации антикризисного менеджмента Уметь: идентифицировать риски при принятии инвестиционных управленческих решений в условиях кризиса Владеть: способностью осуществлять стратегию реагирования на риск в рамках антикризисного управления	

¹ Курсы указываются по порядку, для каждой компетенции

² Семестры указываются по порядку, для каждой компетенции

³ Указываются составляющие компетенции (знания, умения, владения).

⁴ Указывается оценочные средства для каждой составляющей компетенции.

4	7, 8	ПК-17 – способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Знать: методические основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих эффективность предприятия в рыночных условиях	
			Уметь: оценивать на основе типовых методик экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности с выявлением кризисных ситуаций	
			Владеть: методикой проведения антикризисной диагностики предприятия малого бизнеса и его окружения	

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки владений, умений, знаний, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы с описанием шкал оценивания и методическими материалами, определяющими процедуру оценивания.

2.1 Комплект примерных заданий для тестовых вопросов

1. Социально-экономическая система в любом виде и любой форме, будь то общественная формация, фирма или предприятие, имеет две тенденции своего существования

- а. функционирование
- б. существование
- в. развитие
- г. рост
- д. Разрушение

2. - это крайнее обострение противоречий в социально-экономической системе (организации), угрожающее ее жизнестойкости в окружающей среде.

- а. риск
- б. проблема
- в. кризис
- г. ситуация

3. Критерий – появление нового качества, укрепляющего стабильность и гармоничность функционирования социально-экономической системы или создающего принципиально новые условия ее функционирования.

- а. роста

- б. развития
- в. функционирования
- г. существования

4. В зависимости от структуры отношений в социально-экономической системе, дифференциации проблематики ее развития можно выделить следующие группы кризисов:

- а. финансовые
- б. социальные
- в. локальные
- г. технологические
- д. природные
- е. общественные

5. Назовите по очередности фазы экономического цикла:

1. Депрессия (стагнация)
2. Кризис (спад)
3. Подъем
4. Оживление

6. Соотнесите разработки ученых с периодами предложенных ими циклов:

1. Циклы Кондратьева 1. 7-11 лет
2. Циклы Кузнеца 2. 3-5 лет
3. Циклы Джаглера 3. 40-60 лет
4. Циклы Китчина 4. 20 лет

7. Назовите основные индикаторы экономической безопасности на макроуровне:

- а. производительность труда
- б. продолжительность жизни населения
- в. рентабельность производства
- г. расходы на научные исследования
- д. финансовая устойчивость

8. Какие факторы человеческой природы несет в себе кризис:

- а. менталитет
- б. внешность управляющего
- в. уровень образованности
- г. коммуникабельность
- д. личные интересы

9. Какие последствия возможны в результате разрешения кризиса? Объедините в пары:

- | | |
|---------------------|---------------------------------|
| 1. Обновление | 1. Краткосрочные |
| 2. Оздоровление | 2. Возникновение нового кризиса |
| 3. Долгосрочные | 3. Мягкий выход |
| 4. Резкие изменения | 4. Разрушение |

10. Официальная процедура диагностики кризисного состояния предприятия предусматривает определение коэффициентов:

- а) рентабельности производства;
- б) текущей ликвидности;
- в) структуры капитала предприятия;
- г) обеспеченности собственными средствами;
- д) утраты платежеспособности предприятия.

11. ... – оценка соответствия текущих значений параметров, характеризующих состояние объекта, плановым показателям на данный момент времени:

- а) диагностика;
- б) мониторинг;
- в) исследование.

12. Выделите функции антикризисного управления:

- а) организация;
- б) предкризисное управление;
- в) планирование;
- г) управление в условиях кризиса;
- д) стабилизация неустойчивых состояний.

13. Среди экономических рычагов государственного регулирования выделяют:

- а. Налоговую политику;
- б. Денежно-кредитную политику;
- в. Разработка пакета мер по выходу из кризиса;
- г. Отношения собственности.

14. Антикризисное регулирование включает меры:

- а. организационно-административного воздействия;
- б. организационно-экономического воздействия;
- в. экономического воздействия;
- г. нормативно-правового воздействия.

15. ... – угроза того, что предприниматель понесет потери в виде дополнительных расходов или получит доходы ниже тех, на которые он рассчитывал:

- а) опасность;
- б) риск;
- в) кризис.

16. По степени риска выделяют следующие виды риска:

- а) постоянный;
- б) критический;
- в) катастрофический;
- г) недопустимый;
- д) локальный.

17. Проранжируйте этапы антикризисного управления риском:

- а) анализ возможных потерь;
- б) исследование источников рисков и факторов, влияющих на уровень рисков в деятельности организации;
- в) выявление потенциальных рисков;
- г) определение путей снижения риска;
- д) корректировка принятых решений.

18. Методами снижения риска являются:

- а) избежание риска;
- б) учет риска;
- в) прогнозирование риска;
- г) минимизация риска.

19. Реализация государственной антикризисной стратегии должна опираться на ряд предпосылок, к которым относятся:

- а) рост реальных налоговых поступлений в бюджет;
- б) повышение темпов инфляции;
- в) прекращение оттока капитала из страны;
- г) конкурентоспособность продукции предприятий.

20. При анализе инвестиционной деятельности кризисного предприятия выделяют следующие виды инвестиций:

- а) производственные инвестиции;
- б) финансовые инвестиции;
- в) инвестиции в оборотные средства;
- г) реальные инвестиции.

Методические рекомендации к решению тестовых вопросов:

В рамках учебного процесса необходимо решить тест, позволяющий определить уровень знания и понимания пройденной темы. Тест состоит из 20 вопросов, каждый вопрос необходимо до конца прочитать и из представленных вариантов ответов выбрать верный.

Критерии оценивания: Каждый правильно решенный тестовый вопрос приравнивается 1 баллу. Максимальное количество баллов равно 20, проходной балл равен 13.

2.2 Примерный комплект кейс - задач

Кейс « РАСХОД В ДОХОД»

Компания Colortek производит и продает расходные материалы для офисной техники под собственным брэндом. Но конкуренция на рынке растет, новые игроки демпингуют. Как в такой ситуации повысить продажи, не снижая цен? Компания Colortek работает на рынке совместимых расходных материалов для офисной техники с 2003 года и продвигает продукцию под собственным брэндом. Это картриджи для лазерных и струйных принтеров, копиров и многофункциональных устройств, комплектующие к ним, комплекты для заправки, тонеры и чернила, термопленка для факсов, СНПЧ (системы непрерывной подачи чернил). Colortek предлагает также материалы для профессиональной техники (термотрансферных принтеров и плоттеров), используемой, например, фирмами по наружной рекламе или торговыми организациями.

Головной офис компании, а также собственное производство расположены в Санкт-Петербурге. В 2008 году было открыто представительство в Москве. В Colortek работают более 150 человек. На собственном производстве компания собирает картриджи, а комплектующие к ним и другие виды продукции заказывает за рубежом. Ежемесячная выручка — примерно 50 млн руб. Генеральный директор Colortek **Владимир Козлов** называет свою компанию одним из крупнейших российских производителей.

Как правило, совместимые расходные материалы стоят примерно на 50% дешевле, чем та же продукция, предлагаемая самими производителями офисной техники. В кризис многие предприятия и частные лица не могли отказаться от использования оргтехники, но стали экономить на расходных материалах. Соответственно, объемы продаж совместимых картриджей, тонеров и чернил для повторной заправки, а также СНПЧ стали ощутимо расти. Повысилась и привлекательность этого рынка. «Барьеры входа в наш бизнес низкий. Постоянно появляются новые игроки, готовые закупать расходные материалы в Юго-Восточной Азии и потом перепродавать их с минимальной маржой», — рассказывает Козлов.

Следовать стратегии низких цен руководители Colortek не хотят, полагая, что марка завоевала свои позиции (долю Colortek на рынке совместимых расходных материалов Владимир Козлов оценивает в 8% в денежном выражении) благодаря стабильному качеству продукции. Выдерживать качество, демпингуя, по мнению гендиректора, невозможно. «Но ценовой фактор на нашем рынке значим, особенно для новых заказчиков. На более низкие цены „вдуются“ даже постоянные клиенты. Правда, потом все-таки возвращаются к нам», — говорит Владимир.

Возможно, борьба с конкурентами, предлагающими более низкие цены, требует целенаправленных усилий по продвижению торговой марки, повышению ее известности и увеличению лояльности к ней. Colortek использует методы ценовой стимуляции потребителей, но ищет и иные способы убедить

клиентов в преимуществах своей продукции. Сейчас компания тратит на рекламу в интернете и в отраслевых печатных изданиях около 150 тыс. руб. в месяц, но планирует существенно увеличить затраты на продвижение.

Битва за совместимость

Львиную долю прибыли производители принтеров, копиров и факсов получают не от реализации техники, а от продажи расходных материалов. «Поэтому они призывают покупателей использовать только оригинальные материалы, „пугая“ порчей техники. Продавцы совместимых „расходников“ стараются убедить потребителей в обратном, публикуя, например, результаты тестов, которые показывают высокое качество своей продукции», — рассказывает гендиректор Colortek. Убеждать удается. По данным исследовательского агентства «Бизнес-информ», в 2010 году количество проданных в России совместимых картриджей для лазерных принтеров (наиболее востребованная на рынке продукция, которая приносит Colortek около 60% всей выручки) не намного меньше, чем количество проданных оригинальных картриджей (7,2 млн против 9,8 млн единиц). Количество же купленных заправок для оригинальных и совместимых картриджей составило 28,3 млн штук. Картридж для лазерного принтера в Colortek в среднем стоит 1,5 тыс. руб. — примерно в два раза меньше, чем оригинальный «расходник».

По оценкам Козлова, в России рынок совместимых расходных материалов растет на 10–12% в год, объемы продаж Colortek — на 20%. Но число игроков постоянно увеличивается. «Многие компании, занимающиеся продажей и обслуживанием компьютерной техники, не отказываются подзаработать и на расходных материалах. Сейчас более 300 компаний реализует картриджи по пате, и именно они задают тон в ценовых войнах», — рассказывает Козлов. Игроков, продающих брэндированную продукцию, по его мнению, на рынке около 50, причем лишь немногие из них имеют собственное производство. «Выпускаемая нами продукция проходит многоступенчатый контроль качества, который начинается проверкой комплектующих и заканчивается тестированием готовых изделий. Это требует затрат. Мелкие компании занимаются чистой перепродажей и могут работать с маржой в 5%, чего мы себе позволить не можем», — говорит Козлов.

Таким образом, Colortek и другим производителям брэндированных совместимых расходных материалов удастся успешно отбирать клиентов у компаний, выпускающих офисную технику. С другой стороны, обилие демпингующих мелких игроков делает их бизнес менее прибыльным.

Тактические силы

Colortek продает свои товары через розничные сети офисной и бытовой техники и работает с крупными интернет-магазинами. Но доля розничных продаж на рынке расходных материалов, по словам Козлова, невелика — не более 20%. Основные продажи компании обеспечивают более 600 дилеров со всей России «Это оптовые покупатели, занимающиеся продажей компьютеров и оргтехники, сервисные центры, а также крупные корпоративные клиенты. Любая компания, работающая на ИТ-рынке или имеющая серьезный ИТ-отдел, может стать нашим дилером», — объясняет Козлов. Работать напрямую

компания готова только с юридическими лицами в Санкт-Петербурге при условии покупки на сумму не менее 15 тыс. руб., а остальным покупателям предлагает обращаться к дилерам. Часть выручки Colortek приносят заказы от государственных организаций. «Мы предоставляем своим дилерам рекламную поддержку. Публикуем информацию о них на нашем сайте, представляем фотографии и презентации, каталоги, буклеты и сувенирную продукцию, обеспечиваем их фирменными стойками», — говорит маркетолог компании **Людмила Шелгунова**.

Активным привлечением новых дилеров занимается отдел продаж, который состоит из 13 человек. Девять человек работают в головном офисе в Санкт-Петербурге, еще четыре — в московском представительстве компании, все менеджеры отдела имеют ежемесячный план по продажам. Colortek рекламирует свою продукцию в интернете, используя для этого баннеры на тематических сайтах, контекстную рекламу, размещая пресс-релизы на крупных тематических порталах. По словам Шелгуновой, такая тактика дает неплохую отдачу. Компания проводит акции, предлагая товары со скидками, разработала специальное предложение для новых клиентов. Они могут взять набор продукции «на пробу» по ценам на 5% ниже, чем крупный дилер при закупке партии товара на сумму \$10 тыс. «Но ценовое стимулирование всего лишь один из методов воздействия на потребителя. Нам бы хотелось привлекать покупателей не самым дешевым предложением, а качественной продукцией по разумной цене», — говорит Козлов. Гендиректор Colortek считает, что увеличить объем продаж можно на 40% в год. При этом не так уж важно, вырастут они за счет роста объемов продукции, закупаемой дилерами, или за счет увеличения числа самих дилеров. Но для этого надо повысить интерес и доверие клиентов к брэнду.

Свои изделия компания продает в фирменной упаковке, а торговая марка Colortek, по словам Козлова, известна на рынке — это показывают, например, опросы посетителей выставок, в которых участвует производитель. Но сознательно продвижением брэнда компания никогда особенно не занималась. «На нашем рынке потребители больше ориентируются на цену, а не на брэнд. Хотя, возможно, дело как раз в том, что мы пока не занимаемся его продвижением. Сейчас некоторые крупные игроки делают шаги в этом направлении, проводят масштабные рекламные акции в интернете, используют наружную рекламу в метрополитене, проводят семинары, популяризирующие свой брэнд», — говорит Козлов.

Широта и глубина

Большой ассортимент расходных материалов, по мнению Владимира Козлова, является одним из преимуществ компании. «Такого количества позиций, наверное, больше нет ни у кого. Это удобно дилерам: они могут в одном месте купить практически все необходимое», — уверен гендиректор.

На втором месте по объемам продаж после картриджей для лазерных принтеров у Colortek идут тонеры и чернила — 15%, 10% продаж приходится на риббоны (красящие ленты для термотрансферной печати), 7% — на картриджи для струйных принтеров. Доля комплектующих, термопленки, фото-

бумаги, этикеток составляет 2–3%. «Стараемся предлагать не только самый широкий, но и самый глубокий ассортимент: у нас представлена продукция, совместимая с техникой всех основных производителей. Быстро налаживаем выпуск картриджей и всего необходимого к любой новой завоевавшей популярность модели»,— говорит Козлов.

Компания заинтересована в активном поиске и открытии новых направлений. В этом году в ассортимент была добавлена новая группа — самоклеющиеся этикетки для термотрансферных принтеров. «Неудовлетворенные потребности своей аудитории мы пытаемся выяснить с помощью опросов,— рассказывает Людмила Шелгунова.— Но, как показывает практика, потребители редко называют какие-то новые виды расходных материалов. Информацию мы получаем тогда, когда сами предлагаем позиции и просим ответить, интересны ли они». Таким образом, например, в компании выяснили, что дилеры готовы покупать этикетки, батарейки, «болванки» для дисков. «Этикетки мы уже продаем и видим хорошую отдачу от этого вида продукции. По батарейкам и „болванкам“ вопрос пока остается открытым. Цена на товар должна быть конкурента, а наша прибыль — составлять не менее 10%. Сейчас ищем возможности выполнить эту задачу, ведем переговоры»,— говорит Козлов.

Задание. Гендиректор предполагает, что какие-то потребности в «расходниках» они пока не учли. Компания также ищет способы лучше понять потребности рынка и сформировать оптимальную ассортиментную матрицу. Основная же задача, которая стоит сейчас перед компанией,— убедить клиентов в том, что бренд производителя на рынке совместимых материалов гарантирует им стабильное качество продукции. Как это сделать? На продвижение компания готова потратить 5–7% общего оборота, рассчитывая увеличить объем продаж на 40%.

Методические рекомендации к решению кейс-задачи:

Студенты получают кейс непосредственно на занятии и работают с ним, который рассчитан на индивидуальное выполнение. Решение кейса студенты оформляют письменно, самостоятельно отвечая на вопросы. Оценивается кейс по системе зачет/незачет.

Кейс рассчитан на одно аудиторное занятие, если студент отсутствовал, то ему необходимо данное задание выполнить самостоятельно и разместить ответ в электронный обучающий курс, в соответствии с указанными в курсе сроками.

Критерии оценивания:

- оценка «зачтено» выставляется, если вопросы при ответе были раскрыты полностью, лаконично и аргументировано.
- оценка «не зачтено» выставляется, если вопросы при ответе не были раскрыты, работа выполнена небрежно, не аргументировано.

2.3 Примерный комплект для проведения коллоквиума/семинара

Для группового обсуждения предлагается несколько вопросов:

1. Есть ли возможность снижения влияния географических особенностей положения нашей страны экономическими методами? Какие пути выхода из кризиса для России вы видите?

2. Попробуйте сформулировать вашу точку зрения на природу российских кризисов.

3. Охарактеризуйте подобным образом положение других стран: Англии, США, Японии, Германии, Франции. Какие возможности и угрозы таит для этих стран их географическое положение и наличие / отсутствие ресурсов. Проанализируйте стратегии этих стран по преодолению экономических кризисов.

4. Какие исторические предпосылки кризисов в России вы знаете? Какие экономические кризисы уже бывали в России (XIX – XX вв.)? Выделите их основные причины, течение, методы преодоления и последствия. Возможно ли повторение этих кризисов в настоящее время?

5. Аналогично проанализируйте экономические кризисы для любой страны на выбор в тот же исторический период. Как экономические кризисы за рубежом взаимосвязаны с кризисами в России?

6. Выделите причины экономического кризиса в России в период перехода к рыночной экономике.

7. Как государство регулирует кризисные ситуации? Возможно ли предсказание кризисов?

Методические рекомендации по проведению коллоквиума/семинара:

Студенты получают дискуссионные вопросы до непосредственного начала занятия и работают с ним, которые рассчитан на коллективное выполнение. Оценивается оно по 5-бальной шкале.

Задание рассчитано на одно аудиторное занятие, если студент отсутствовал, то ему необходимо данное задание выполнить самостоятельно и разместить ответ в электронный обучающий курс, в соответствии с указанными в курсе сроками.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется, если вопросы при ответе были раскрыты полностью, лаконично, имеются практические примеры, соответствующие теме вопроса.

- оценка «хорошо» выставляется, если большая часть вопросов при ответе были раскрыты полностью, лаконично с приведением практических примеров, соответствующие теме вопроса.

- оценка «удовлетворительно» выставляется, если половина вопросов при ответе были раскрыты полностью, лаконично с приведением практических примеров, соответствующие теме вопроса.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если вопросы при ответе не были раскрыты, работа выполнена небрежно, не аргументировано.

2.4 Примерный комплект для выполнения практических заданий и задач

Выполните анализ финансового состояния предприятия и сделайте вывод о возможности банкротства на данном предприятии:

Анализ проводится по последним двум годам деятельности предприятия. После каждой расчетной таблицы необходимо сделать выводы по результатам расчетов, сложившихся тенденций изменения показателей. Указать факторы, повлиявшие на деятельность предприятия.

Коэффициенты ликвидности

Характеризуют возможность предприятия своевременно рассчитываться по своим текущим финансовым обязательствам за счет оборотных активов различного уровня ликвидности. Наиболее важными среди них являются следующие:

Таблица 1. Коэффициенты оценки платежеспособности

Показатель ликвидности	20__	20__	Абсолютное отклонение
Текущая (общая) ликвидность			
Срочная ликвидность			
Абсолютная ликвидность			
Чистый оборотный капитал			

Коэффициенты рентабельности

Коэффициенты рентабельности характеризуют способность предприятия генерировать необходимую прибыль в процессе своей хозяйственной деятельности и определяют общую эффективность использования активов и вложенного капитала. Эти коэффициенты рассчитываются как отношение полученной прибыли к затраченным средствам, либо как отношение полученной прибыли к объему реализованной продукции. Наиболее часто используемыми показателями являются следующие:

Таблица 2. Коэффициенты рентабельности

Показатель рентабельности	20__	20__	Абсолютное отклонение
Рентабельность активов			
Рентабельность реализации			
Рентабельность собственного капитала			

Коэффициенты структуры капитала

Показатели структуры капитала характеризуют степень защищенности интересов кредиторов и инвесторов, имеющих долгосрочные вложения в ком-

панию. Они отражают способность предприятия погашать долгосрочную задолженность. Коэффициенты этой группы называются также коэффициентами платежеспособности.

Таблица 3. Коэффициенты структуры капитала

Показатель структуры капитала	20__	20__	Абсолютное отклонение
Коэффициент собственности			
Коэффициент финансовой зависимости			
Коэффициент защищенности кредиторов			

Методические рекомендации по проведению практического задания:

Студенты получают практическое задание непосредственно на занятии и работают с ним, который рассчитан на коллективное выполнение. Студенты выполняют задание группами по 2-3 человека. Ответы на практическое задание студенты оформляют письменно. Оценивается оно по 5-бальной шкале.

Задание рассчитано на одно аудиторное занятие, если студент отсутствовал, то ему необходимо данное задание выполнить самостоятельно и разместить ответ в электронный обучающий курс, в соответствии с указанными в курсе сроками.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется, если вопросы при ответе были раскрыты полностью, лаконично, имеются практические примеры, соответствующие теме вопроса, работа выполнена аккуратно.

- оценка «хорошо» выставляется, если большая часть вопросов при ответе были раскрыты полностью, лаконично с приведением практических примеров, соответствующие теме вопроса, работа выполнена аккуратно.

- оценка «удовлетворительно» выставляется, если половина вопросов при ответе были раскрыты полностью, лаконично с приведением практических примеров, соответствующие теме вопроса, в работе имеется небольшая неаккуратность.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если вопросы при ответе не были раскрыты, работа выполнена небрежно, не аргументировано.

2.5 Примерная тематика курсовых работ

1. Методы предупреждения кризисных явлений на предприятиях малого бизнеса
2. Разработка антикризисной стратегии предприятия
3. Разработка стратегии реагирования на риск
4. Современные методы описания и измерения рыночного риска
5. Антикризисное управление в корпоративной политике организации
6. Технологии стратегического риск-менеджмента
7. Планирование и оценка профиля рисков

8. Применение бюджетирования как инструмента защиты предприятия от развития кризисных ситуаций
9. Разработка антикризисного инвестиционного проекта
10. Разработка инвестиционной стратегии финансово- кризисного предприятия
11. Управление и финансирование продуктовых антикризисных инноваций
12. Управление и финансирование процессных антикризисных инноваций
13. Разработка концепции антикризисного управления на основе инноваций
14. Разработка программы изменений для организации в состоянии кризиса
15. Финансовая диагностика предприятия по финансовому оздоровлению фирмы
16. Разработка организационных и экономических мер по предотвращению кризиса
17. Методы организации и проведения антикризисных тренингов
18. Формирование рациональной организации кризисных коммуникаций
19. Формирование организационной культуры корпорации в состоянии кризиса
20. Формирование эффективной команды топ-менеджеров для организаций в состоянии кризиса
21. Анализ и оценка уязвимости организации перед кризисом
22. Управление кадровыми рисками предприятия
23. Технологии применения факторинга для снижения рисков предприятия
24. Разработка концепции антикризисного управления торговой организацией
25. Формирование системы антикризисного управления торговым предприятием
26. Стратегии финансового оздоровления предприятия, признанного банкротом
27. Разработка системы экспресс-диагностики кризисной ситуации для предприятий торговли
28. Использование внутренних механизмов финансовой стабилизации предприятия
29. Формирование программы реорганизации предприятия в условиях кризиса
30. Разработка стратегии комплексного развития предприятия
31. Системный подход в управлении организацией
32. Зарубежный опыт антикризисного управления и проблемы российских предприятий
33. Креативность менеджмента в устойчивом развитии организации

34. Опыт японского менеджмента и его адаптация на российских предприятиях
35. Разработка ликвидационных процедур при ликвидации предприятия
36. Анализ и оценка эффективности антикризисного управления
37. Формирование маркетинговых стратегий в антикризисном управлении
38. Разработка управленческих решений в антикризисном управлении
39. Формирование механизмов конфликтологии в антикризисном управлении
40. Основные направления и пути устойчивого развития предприятия на разных стадиях их жизненного цикла
41. Формирование антикризисной политики в управлении персоналом
42. Формирование системы управления персоналом в кризисной организации
43. Формирование системы мотивации в кризисной организации
44. Преодоление культурных различий при ведении международного бизнеса
45. Проектирование модели менеджера антикризисного управления
46. Технологии применения франчайзинга в деятельности предприятия
47. Создание интеграционных структур для обеспечения устойчивого развития

Методические рекомендации по написанию курсовой работы:

Выполнение курсовой работы является одним из основных видов самостоятельной работы студентов в вузе, направленной на закрепление, углубление и обобщение знаний, профессиональной подготовки, овладение методами научного анализа и исследований, формирование навыков работы со статистическими данными и умения принимать решения на основе различных видов анализа. Курсовая работа пишется самостоятельно студентом в соответствии с методическими указаниями по выполнению курсовых работ для студентов направления 38.03.02 «Менеджмент» профиля 38.03.02.02.07 «Управление малым бизнесом (в сфере услуг)»

Критерии оценивания курсовой работы:

- *оценка «отлично»* выставляется, если содержание работы полностью соответствует заданию. Представлены результаты обзора литературных и иных источников. Структура работы логически и методически выдержана. Все выводы и предложения убедительно аргументированы. Оформление работы и полученные в работе результаты полностью отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. При защите работы студент правильно и уверенно отвечает на вопросы преподавателя, демонстрирует глубокое знание теоретического материала, способен аргументировать собственные утверждения и выводы.

- *оценка «хорошо»* выставляется, если содержание работы полностью соответствует заданию. Представлены результаты обзора литературных и иных

источников. Структура работы логически и методически выдержана. Большинство выводов и предложений аргументировано. Оформление работы и полученные в работе результаты в целом отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две несущественные ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах. Наличествует незначительное количество грамматических и/или стилистических ошибок. При защите работы студент правильно и уверенно отвечает на большинство вопросов преподавателя, демонстрирует хорошее знание теоретического материала, но не всегда способен аргументировать собственные утверждения и выводы. При наводящих вопросах преподавателя исправляет ошибки в ответе.

- *оценка «удовлетворительно»* выставляется, если содержание работы частично не соответствует заданию. Результаты обзора литературных и иных источников представлены недостаточно полно. Есть нарушения в логике изложения материала. Аргументация выводов и предложений слабая или отсутствует. Имеются одно-два существенных отклонений от требований в оформлении работы. Полученные в работе результаты в целом отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две существенных ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах. Много грамматических и/или стилистических ошибок. При защите работы студент допускает грубые ошибки при ответах на вопросы преподавателя и /или не дал ответ более чем на 30% вопросов, демонстрирует слабое знание теоретического материала, в большинстве случаев не способен уверенно аргументировать собственные утверждения и выводы.

- *оценка «неудовлетворительно»* выставляется, если Содержание работы в целом не соответствует заданию. Имеются более двух существенных отклонений от требований в оформлении работы. Большое количество существенных ошибок по сути работы, много грамматических и стилистических ошибок и др. Полученные в работе результаты не отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. При защите курсовой работы студент демонстрирует слабое понимание программного материала. Курсовая работа не представлена преподавателю. Студент не явился на защиту курсовой работы.

2.6 Комплект заданий для промежуточной аттестации (зачет):

Перечень контрольных вопросов к зачету:

1. Кризис в развитии организации.
2. Причины кризиса.
3. Возможные последствия кризиса.
4. Типы кризисов.
5. Сущность и закономерности экономических кризисов.
6. Теории экономических кризисов.
7. Фазы и циклы проявления экономических кризисов.
8. Виды экономических кризисов и их динамика.
9. Антикризисное управление как тип управления.

10. Ключевые проблемы антикризисного управления.
11. Методы антикризисного управления.
12. Особенности механизма управления.
13. Требования к системе, механизму и процессу антикризисного управления.
14. Стиль антикризисного управления.
15. Диагностика кризисов.
16. Признаки и особенности антикризисного управления.
17. Классификация кризисов с позиции теории регуляции.
18. Циклический кризис.
19. Структурный кризис.
20. Роль государства в антикризисном управлении.
21. Виды государственного регулирования кризисных ситуаций
22. Признаки и порядок установления банкротства предприятий.
23. Особенности санации предприятия.
24. Основные цели процедуры – санация
25. Технология анализа финансового состояния предприятия.

Методические рекомендации по проведению промежуточной аттестации:

Зачет проходит в устной форме. Билеты содержат по 2 контрольных вопроса. Студенты отвечают самостоятельно на поставленные вопросы. Оценивается промежуточная аттестация по системе принятых оценок.

Критерии оценивания:

- «зачтено» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при приведении практических примеров;
- «не зачтено» выставляется обучающемуся, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки при ответе на вопрос, неуверенно, с большими затруднениями приводит практический пример.

2.7 Комплект заданий для промежуточной аттестации (экзамен):

1. Кризис в развитии организации.
2. Причины кризиса.
3. Возможные последствия кризиса.
4. Типы кризисов.
5. Сущность и закономерности экономических кризисов.
6. Теории экономических кризисов.
7. Фазы и циклы проявления экономических кризисов.
8. Виды экономических кризисов и их динамика.

9. Антикризисное управление как тип управления.
10. Ключевые проблемы антикризисного управления.
11. Методы антикризисного управления.
12. Особенности механизма управления.
13. Требования к системе, механизму и процессу антикризисного управления.
14. Стиль антикризисного управления.
15. Диагностика кризисов.
16. Признаки и особенности антикризисного управления.
17. Классификация кризисов с позиции теории регуляции.
18. Циклический кризис.
19. Структурный кризис.
20. Роль государства в антикризисном управлении.
21. Виды государственного регулирования кризисных ситуаций
22. Признаки и порядок установления банкротства предприятий.
23. Особенности санации предприятия.
24. Основные цели процедуры – санация
25. Технология анализа финансового состояния предприятия.
26. Выявление рисков на основе структурного анализа баланса.
27. Особенности инвестиционной политики в антикризисном управлении
28. Устойчивость ресурсной базы.
29. Возможность, необходимость инноваций в антикризисном управлении.
30. Эффективность антикризисного управления
31. Роль человеческого фактора в антикризисном управлении
32. Механизмы конфликтологии

Методические рекомендации по проведению промежуточной аттестации:

Экзамен проходит в устной форме. Билеты содержат по 2 контрольных вопроса. Студенты отвечают самостоятельно на поставленные вопросы. Оценивается промежуточная аттестация по системе принятых оценок.

Критерии оценивания:

Результаты освоения дисциплины определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение учебного курса.

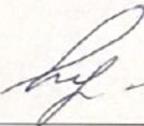
Оценка «отлично» – ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные экзаменационные вопросы. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание источников нормативно-правовых актов, литературы, понятийного аппарата и умения ими пользоваться при ответе.

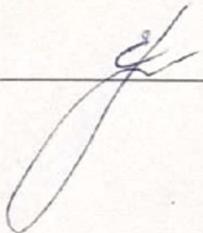
Оценка «хорошо» – ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные экзаменационные вопросы. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и литературы по теме вопроса при незначительных упущениях при ответах.

Оценка «удовлетворительно» – ставится при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов, понятийного аппарата и обязательной литературы.

Оценка «неудовлетворительно» – ставится при незнании и непонимании студентом существа экзаменационных вопросов.

Разработчики:


_____/Е.А. Герасимова/


_____/Н.Н. Еронкевич/