

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Михайловна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета
Дата подписания: 11.06.2024 12:00:55
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по УР
Пятигорского института (филиал) СКФУ
Н.В. Данченко

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Антикризисные технологии в цифровой среде

Направление подготовки	<u>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Направленность (профиль)	<u>Коммуникативные технологии и реклама</u>
Год начала обучения	<u>2024</u>
Форма обучения	<u>очная</u>
Реализуется в семестре	<u>7</u>

Введение

1. Назначение фонда оценочных средств по дисциплине «Антикризисные технологии в цифровой среде» – выявление уровня сформированности компетенций по дисциплине.
2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Антикризисные технологии в цифровой среде».
3. Разработчик: Есакова Е.Е., доцент кафедры Финансов и бухгалтерского учета
4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы:
Председатель: Новосёлова Н.Н., зав кафедрой финансов и бухгалтерского учета
Новоселов С.Н., профессор кафедры финансов и бухгалтерского учета
Есакова Е.Е., доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета

Представитель организации-работодателя
Носолева В.А., директор ООО «Финэкс»

Экспертное заключение: данный ФОС соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.
5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы

1. Описание показателей и критериев оценивания на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровни сформированности и компетенции(ий), индикатора (ов)	Дескрипторы			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>ПК-5</i> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>ИД-1</i> <i>ПК-5</i>	Не знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не в полной мере знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	В достаточной степени знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	На высоком уровне знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>ИД-2</i> <i>ПК-5</i>	Не владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не достаточно полно владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Достаточно полно владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	На высоком уровне владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>ИД-3</i> <i>ПК-5</i>	Не владеет алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не достаточно полно владеет Алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Достаточно полно владеет алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	На высоком уровне владеет алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.
<i>ПК-8</i> Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>ИД-1</i> <i>ПК-8</i>	Не знает основные инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта.	Не достаточно полно знает основные инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта.	Достаточно полно знает основные инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта.	На высоком уровне знает основные инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта.

Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>ИД-2 ПК-8</i>	Не использует маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	Не достаточно полно использует маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	Достаточно полно использует маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	На высоком уровне использует маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>ИД-3 ПК-8</i>	Не владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	Не достаточно полно владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	Достаточно полно владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	На высоком уровне владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.
<i>ПК-10</i> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>ИД-1 ПК-10</i>	Не знает, как осуществлять мониторинг обратной связи разными целевыми группами.	Не достаточно полно знает, как осуществлять мониторинг обратной связи разными целевыми группами.	Достаточно полно знает, как осуществлять мониторинг обратной связи разными целевыми группами.	На высоком уровне знает, как осуществлять мониторинг обратной связи разными целевыми группами.
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>ИД-2 ПК-10</i>	Не осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Не достаточно полно осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Достаточно полно осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	На высоком уровне осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>ИД-3 ПК-10</i>	Не владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.	Достаточно полно владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.	Достаточно полно владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.	На высоком уровне владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.
<i>ПК-13</i> Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной деятельности корпоративной культуры.				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>ИД-1 ПК-13</i>	Не знает особенности внутренних коммуникаций мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Не достаточно полно знает особенности внутренних коммуникаций мероприятий по формированию корпоративной идентичности и	Достаточно полно знает особенности внутренних коммуникаций мероприятий по формированию корпоративной идентичности и	На высоком уровне знает особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и

		корпоративной культуры.	корпоративной культуры.	корпоративной культуры.
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>ИД-2 ПК-13</i>	Не участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Не достаточно полно участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Достаточно полно участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	На высоком уровне участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>ИД-3 ПК-13</i>	Не владеет навыками корпоративной культуры.	Не достаточно полно владеет навыками корпоративной культуры.	Достаточно полно владеет навыками корпоративной культуры.	На высоком уровне владеет навыками корпоративной культуры.

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
Форма обучения очная Семестр 7			
1.		Классификация типов проектов по сложности	ПК-5
2.		Классификация типов проектов по качеству исполнения	ПК-5
3.		Классификация типов проектов по уровню участников	ПК-5
4.		Классификация типов проектов по отношению к предприятию-заказчику	ПК-5
5.		Классификация типов проектов по инновационности замысла	ПК-5
6.		Понятие стратегия проекта	ПК-5
7.		Перечислите управляемые параметры проекта	ПК-5
8.		Сущность принципа комплексности проектирования	ПК-5
9.		Процесс разработки инвестиционной стратегии предприятия начинается с: а. определения общего периода формирования инвестиционной стратегии б. анализа внешней среды оценки уровня инвестиционных рисков	ПК-5
10.		По рискам инвестиции могут быть: а. внутренние б. агрессивные в. умеренные консервативные	ПК-5
11.		Кто не является субъектом инвестиционной деятельности: а. казначейство б. инвесторы в. заказчики г. подрядчики д. пользователи объектов капитальных вложений	ПК-5
12.		Сущность принципа вариантности проектирования	ПК-8
13.		Понятие жизненного цикл проекта	ПК-8
14.		Охарактеризуйте процесс формирования задания на проектирование на стадии предпроектного исследования	ПК-8
15.		Перечислите стадии проектирования	ПК-8
16.		Перечислите основные правила составления сметной документации	ПК-8
17.		Охарактеризуйте понятие сметы	ПК-8
18.		Понятие локальных смет	ПК-8
19.		Понятие генеральной сметы	ПК-8
20.		Понятие объектной сметы	ПК-8

21.		Основные критерии классификации рисков проектов	ПК-8
22.		Виды рисков проекта по размеру возможных потерь	ПК-8
23.		Охарактеризуйте метод экспертных оценок	ПК-8
24.		Охарактеризуйте SWOT-анализ	ПК-8
25.		Охарактеризуйте спираль рисков	ПК-8
26.		Перечислите основные стратегии управления негативными рисками	ПК-8
27.		<p>Что такое целевое действие пользователя на сайте? Укажите наиболее правильный и полный ответ.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Целевое действие – это звонок потенциального клиента в офис компании b. Целевое действие на сайте – это такое действие, которое демонстрирует заинтересованность поль- c. зователя в товаре или услуге компании: клик на определенную кнопку, посещение определенной страницы, заполнение формы d. Целевое действие – это время, которое проводит пользователь на сайте 	ПК-8
28.		<p>Впишите пропущенные слова. ... — это целостное восприятие компании различными целевыми аудиториями, которое формируется на основании информации о ее деятельности.</p>	ПК-8
29.		<p>Какие из перечисленных параметров присущи кризисной ситуации:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. степень угрозы жизни, безопасности и существования компании; b. ограничение времени для принятия решения; c. стрессы у ответственных лиц; d. повышенное давление на компанию со стороны общественности и средств массовой информации. e. Всё вышеперечисленное 	ПК-8
30.		<p>Кто осуществляет прямые инвестиции:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. субъекты с финансовыми возможностями непосредственно в контакте с субъектами, обладающими финансовой потребностью для фондовых инвестиций b. участники финансового рынка c. вкладывающие средства в совместные предприятия 	ПК-8
31.		<p>Маржинальный доход рассчитывается как:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Разница между выручкой от реализации продукции и ее переменной себестоимости b) Сумма постоянных издержек и прибыли организации c) Разница между выручкой от реализации продукции и ее производственной себестоимости <p>верны первые два ответа</p>	ПК-8
32.		Дайте определение понятию «глобальная марка»	ПК-10
33.		Дайте определение понятию «коммуникация»	ПК-10

34.		Дайте определение понятию «Антикризисный PR»	ПК-10
35.		Дайте определение понятию «Паблисити»	ПК-10
36.		Дайте определение понятию «Сбытовая политика»	ПК-10
37.		Дайте определение понятию «Спонсорство»	ПК-10
38.		Назовите два основных варианта реагирования на кризис.	ПК-10
39.		Назовите "третий путь" реагирования на кризис	ПК-10
40.		Перечислите цели внутриорганизационной коммуникации	ПК-10
41.		Что такое антикризисная стратегия?	ПК-10
42.		Что необходимо сделать на начальном периоде кризиса?	ПК-10
43.		От чего зависти выбор антикризисных мероприятий?	ПК-10
44.		Какую стратегию борьбы со слухами предложил американский специалист по вопросам коммуникации в условиях кризиса Уолтер Джон?	ПК-10
45.		Дайте определение понятию «кризис»	ПК-10
46.		Назовите 2 типичных признака кризисной ситуации	ПК-10
47.		Термин антикризисное управление – это: а. управляемый процесс предотвращения и преодоления кризиса, отвечающий целям организации и соответствующий объективным тенденциям его развития; б. управление определённым образом предвидящее опасность кризиса, предусматривающий анализ симптомов и мера по снижению кризиса и использования факторов для дальнейшего развития; с. первоначальное внешнее проявление кризисных явлений.	ПК-10
48.		Что НЕ является характерной чертой антикризисного управления: а. кризисы можно предвидеть, ожидать и вызывать; б. кризисы в определенной мере можно ускорять, предвирать, отодвигать; с. кризисы в итоге несут только негативные последствия; д. кризисами можно управлять; е. управление процессами выхода из кризиса способно ускорять эти процессы и минимизировать их последствия.	ПК-10
49.		Что НЕ относится к свойствам антикризисного управления: а. гибкость и адаптивность б. усиление централизации управления с. диверсификация управления д. усиление интеграционных процессов е. децентрализация управления.	ПК-10
50.		Определение состояния объекта, предмета, явления или процесса, посредством реализации комплекса исследовательских процедур, выявления в них слабых звеньев – это...	ПК-10
51.		Кто из нижеперечисленных входит в круг заинтересованных лиц внутренней среды:	ПК-10

		<ul style="list-style-type: none"> a. Главный управляющий; b. Партнеры и инвесторы; c. Топ-менеджеры; d. Сотрудники фирмы; e. СМИ; f. Руководители фирмы. 	
52.		Назовите одну из важнейших задач PR-специалиста в условиях кризисной ситуации	ПК-13
53.		Какие важные факторы обязательно учитываются при работе с кризисной ситуацией?	ПК-13
54.		Дайте определение понятию «Реинжиниринг»	ПК-13
55.		Преимущества развития искусственного интеллекта	ПК-13
56.		Цели антикризисного управления	ПК-13
57.		Преимущества применения автоматизированных систем управления для сбора, обработки и анализа больших данных в режиме реального времени, а также генерации новых моделей и алгоритмов поведения с помощью искусственного интеллекта	ПК-13
58.		«Парадокс прибыльности» описанный Е.П. Кочетковым	ПК-13
59.		Преимущества использования цифровых двойников	ПК-13
60.		Основные семь функции корпоративной культуры	ПК-13
61.		Адхократический тип корпоративных культур	ПК-13
62.		Рыночный тип корпоративных культур	ПК-13
63.		Бюрократический тип корпоративных культур	ПК-13
64.		Клановый тип корпоративных культур	ПК-13
65.		Опишите модель «спиральной динамики»	ПК-13
66.		Классификация типа компаний и культур по принципу продуктивности и позитивности компаний.	ПК-13
67.		Охарактеризуйте тип компаний и культур «Низкая продуктивность, высокая позитивность»	ПК-13
68.		Охарактеризуйте тип компаний и культур «Низкая продуктивность, низкая позитивность»	ПК-13
69.		Охарактеризуйте тип компаний и культур «Высокая продуктивность, низкая позитивность»	ПК-13
70.		Охарактеризуйте тип компаний и культур «Высокая продуктивность, высокая позитивность»	ПК-13
71.		Основные ошибки в развитии корпоративной культуры	ПК-13

72.		Использование для управления затратами ABC-метода	ПК-13
73.		Этапы ABC-метода операционной оценки затрат	ПК-13
74.		Цифровая инфраструктура приводит к сокращению следующего фактора: а) производительности труда б) производственных и транзакционных издержек с) количества рабочих мест	ПК-13
75.		На что не влияет цифровая инфраструктура: а. способы ведения бизнеса б. запасы невозобновляемых ресурсов с. распределение новых возможностей	ПК-13
76.		Как расшифровывается сокращение “сквот”, часто встречающееся в материалах и публикациях по программе “Цифровая экономика”: а. виртуальное сообщество киберсквоттеров, регистрирующих на себя популярные интернет-домены цифровых сервисов б. среднеквадратичное отклонение показателей цифровой экономики от показателей традиционной экономики с. сквозная технология	ПК-13
77.		Целью автоматизации финансовой деятельности является: а. снижение затрат б. устранение рутинных операций и автоматизированная подготовка финансовых документов + с. повышение квалификации персонала	ПК-13
78.		Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Люди (группа лиц), которых можно охватить определенным средством рекламы и определенным обращением, называются ... аудиторией	ПК-13
79.		Основными проблемами инвестиционного проектирования являются: а. разработка сценария динамики ёмкости рынка б. оптимизация налогообложения с. оценка технико-экономической реализуемости проекта д. разработка инструментария, повышающего вероятность успеха проекта	ПК-13
80.		Инвестиционная стадия заключается в: а. проведении торгов и заключении контрактов, организации закупок и поставок, подготовительных работах б. ремонт, развитие производства и закрытие проекта с. изучение инвестиционных возможностей проекта	ПК-13
81.		Инвестиционный климат – это:	ПК-13

		<ul style="list-style-type: none">a. совокупность законодательных, социально-экономических, финансовых, политических и географических факторов, присущих данной стране (региону, отрасли), которые оказывают существенное влияние на инвестиционную активность реальных и потенциальных инвесторовb. набор оптимальных условий для осуществления инвестиционно-экономических процессовc. благоприятная инвестиционная среда для осуществления финансовых к реальным инвестиций	
--	--	--	--

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрено для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он на повышенном уровне использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта. На повышенном уровне использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. На повышенном уровне применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта. Использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. Применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он частично использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта. Частично использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. Частично применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта. Не использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. Не применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.