

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.09.2021 12:15:54
Уникальный программный ключ:
71183e1134ef9cfa69b206d480271b5c1a975e6f

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет Экономики и сервиса

Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.09.01 Антикризисный PR

по направлению
подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

по профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере

квалификация (степень)
выпускника бакалавр

форма обучения очная, заочная

год начала подготовки 2019

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана ФГБОУ ВО «МГТУ» по направлению (специальности) 43.03.01 Сервис

Составитель рабочей программы

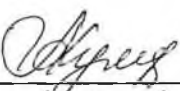





Лавринов З.А.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга, сервиса и туризма

Заведующий кафедрой
«15» 05 2018г.



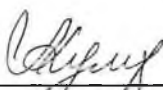
(подпись)


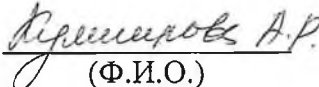
Кумпилова А.Р.
(Ф.И.О.)

Одобрено учебно-методической комиссией
факультета экономики и сервиса

«15» 05 2018г.

Председатель
учебно-методического
совета направления




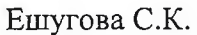
(подпись)


Кривошеин А.Р.
(Ф.И.О.)

Декан факультета экономики и сервиса

«15» 05 2018г.




(подпись)


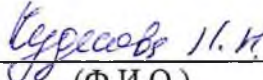
Ешугова С.К.
(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник УМУ

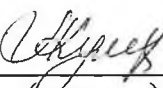
«15» 05 2018г.



(подпись)


Курдюков И.И.
(Ф.И.О.)

Зав. выпускающей кафедрой
по направлению (специальности)



(подпись)


Кривошеин И.И.
(Ф.И.О.)

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов знаний приемов управления общественным мнением; развитие умений и навыков управления общественным мнением; продолжить формирование у будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью основ корпоративной культуры.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- овладение студентами базовым понятийным аппаратом дисциплины;
- изучение важнейших дисциплинарных концепций и теорий;
- формирование знаний о закономерностях формирования общественного мнения; ознакомление с функциями общественного мнения; изучение технологий, методов и способов управления общественным мнением;
- знакомство с требованиями к проведению исследований общественного мнения;
- приобретение навыков практического осуществления управления общественным мнением.

2. Место дисциплины в структуре ОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

«Антикризисный PR», входит в перечень дисциплин по выбору, в части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП. Дисциплина основана на знаниях основ менеджмента в рекламе и связях с общественностью и коммуникационного менеджмента. Для освоения дисциплины необходимы знания, формирующие современное мировоззрение.

Дисциплина направлена на изучение сущности и специфики основных технологий управления общественным мнением.

При изучении дисциплины предусмотрено использование модульно-рейтинговой системы контроля знаний. Промежуточная аттестация осуществляется в форме контрольных работ и дифференцированных зачетов. Итоговая оценка успеваемости выставляется по результатам сдачи зачета и учитывает оценки, получаемые обучающимися на промежуточных этапах аттестации.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Технологии управления общественным мнением», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения учебной дисциплины у обучающегося формируются компетенции:

ПКУВ-1 - способность осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

ПКУВ-1.1. – Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.

ПКУВ-1.2. – Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.

ПКУВ-1.3. – Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

ПКУВ-2 – способность принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности.

ПКУВ-2.1. – Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО.

ПКУВ-2.3. – Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать: общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций (ПКУВ-1);

способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний на гуманистической основе (ПКУВ-2);

уметь: анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов (ПКУВ-1);

планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские, информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач (ПКУВ-2);

владеть: навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития (ПКУВ-1);

необходимыми знаниями и навыками для выполнения функций кризис-менеджера, пресс-секретаря, менеджера коммуникационной структуры, эксперта, консультанта, референта в государственных и общественных учреждениях и организациях, коммерческих структурах по вопросам массовой информации и деловой коммуникации, общественных связей, гуманитарных технологий (ПКУВ-1);

4. Объем дисциплины и виды учебной работы.

Общая трудоемкость дисциплины

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов)

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		8	
Аудиторные занятия (всего)	27,25/0,756	27,25/0,756	
В том числе:			
Лекции (Л)	9,0/0,25	9,0/0,25	
Практические занятия (ПЗ)	18,0/0,5	18,0/0,5	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	-	-	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	0,25/0,006	0,25/0,006	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	80,75/2,243	80,75/2,243	
В том числе:			
Расчетно-графические работы	-	-	
Реферат	56,75/1,576	56,75/1,576	
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СР)</i>			
1. Составление плана-конспекта	12,0/0,333	12,0/0,333	
2. Проведение мониторинга, подбор и анализ статистических данных	12,0/0,333	12,0/0,333	
Курсовой проект (работа)	-	-	
Контроль (всего)	-	-	
Форма промежуточной аттестации: зачет	зачет	зачет	
Общая трудоемкость (часы/з.е.)	108,0/3,0	108,0/3,0	

4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов)

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		8	
Контактные часы (всего)	14,25/0,395	14,25/0,395	
В том числе:			
Лекции (Л)	6,0/0,167	6,0/0,167	
Практические занятия (ПЗ)	8,0/0,222	8,0/0,222	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,25/0,006	0,25/0,006	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	-	-	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	90,0/2,5	90,0/2,5	
В том числе:			
Расчетно-графические работы			
Реферат	66,0/1,833	66,0/1,833	
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СР)</i>			
1. Составление плана-конспекта	12,0/0,333	12,0/0,333	
2. Проведение мониторинга, подбор и анализ ста-	12,0/0,333	12,0/0,333	

статистических данных			
Курсовой проект (работа)	-	-	
Контроль (всего)	3,75/	3,75/	
Форма промежуточной аттестации: зачет	зачет	зачет	
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	108,3/3,0	108,3/3,0	

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ/С	Лаб.	КРАТ	СРП	Контроль	
VIII семестр									
1.	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования	1	1	2				8	Обсуждение докладов
2.	Типология кризисов на предприятии и причины их возникновения	2	1	2				10	Блиц-опрос
3.	Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса	3	1	2				8	Тестирование
4.	Репутационные риски и защита имиджа в кризисной ситуации	4	1	2				10	Блиц-опрос
5.	Антикризисный план и антикризисная программа	5	1	2				8	Тестирование
6.	Стадии антикризисного PR (докризисные, кризисные, посткризисные)	6	1	2				10	Обсуждение докладов
7.	Прогнозирование и анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки	7	1	2				8	Тестирование
8.	Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации	8	1	2				10	Тестирование
9.	Антикризисное консультирование. Методы кризисного консалтинга в PR	9	1	2				8,75	Блиц-опрос
10.	Промежуточная аттестация.		-	-					Экзамен в устной форме
	ИТОГО:		9	18			0,25	80,75	

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)					
		Л	ПЗ/Лаб.	КРАТ	СРП	Контроль	СР
VIII семестр							
1.	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования						10
2.	Типология кризисов на предприятии и причины их возникновения	2					10
3.	Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса		2				10
4.	Репутационные риски и защита имиджа в кризисной ситуации		2				10
5.	Антикризисный план и антикризисная программа	2					10
6.	Стадии антикризисного PR (докризисные, кризисные, посткризисные)		2				10
7.	Прогнозирование и анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки	2					10
8.	Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации						10
9.	Антикризисное консультирование. Методы кризисного консалтинга в PR		2				10
	Промежуточная аттестация: экзамен	-	-				
	ИТОГО:	6	8	0,25		3,75	90

**5.3. Содержание разделов дисциплины «Антикризисный PR», образовательные технологии
Лекционный курс**

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы / зач. ед.)		Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО				
VIII семестр							
Тема 1.	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования	1,0/ 0,027		Происхождение и понятийный аппарат PR, антикризисных PR. Специфика содержания и функций антикризисных PR. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития антикризисных PR как профессии и отрасли бизнеса. Роль антикризисных PR в современном обществе и рыночной экономике.	ПКУВ-1 ПКУВ-2	знать: общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций; уметь: анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения; владеть: навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	Слайд-лекции
Тема 2.	Типология кризисов на предприятии и причины их возникновения	1,0/ 0,027	2,0/ 0,055	Типология кризисов и их классификация. Организационный кризис. Кризис доверия: определения, причины, последствия. Понятия кризиса и причины его возникновения. Восстановление репутации и доверия после кризиса. Распределение ролей в кризисе. Предотвращение социальных кризисов методами PR.	ПКУВ-1 ПКУВ-2	знать: общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций; уметь: анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения; владеть: навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	Лекции-беседы, интерактивные методы обучения
Тема 3.	Роль и функции	1,0/ 0,027		Основные функции, задачи антикризисного реагирования. Руководство по	ПКУВ-1 ПКУВ-2	знать: общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях	Проблемные

	антикризисных коммуникаций в условиях кризиса			кризисным ситуациям (Crisis Manual), структура, ключевые понятия, правила формирования пакета антикризисной документации. Факторы и условия, влияющие на эффективность кризисного PR.		кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций; уметь: анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения; владеть: навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	лекции
Тема 4.	Репутационные риски и защита имиджа в кризисной ситуации	1,0/ 0,027		Репутация как актив организации и как условие ведения бизнеса. Концепция заинтересованных лиц организации. Репутация организации в восприятии различных заинтересованных лиц. Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия. Причины кризисов репутации. Роль СМИ в развитии кризисов репутации. Специфический характер спектра вовлеченности заинтересованных лиц в различные кризисы организации	ПКУВ-1 ПКУВ-2	знать: общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций; уметь: анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения; владеть: навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	Слайд-лекции, деловая игра
Тема 5.	Антикризисный план и антикризисная программа	1,0/ 0,027	2,0/ 0,055	Прогнозирование и планирование антикризисного PR на основе ранжированного перечня рисков организации. Методы разработки планов антикризисного PR. Содержание планов антикризисного PR. Планирование сообщений во времени, разным адресатам (заинтересованным лицам), по разным информационным каналам в отношении различных кризисов организации. Шаблоны сообщений. Распределение ролей при реализации меро-	ПКУВ-1 ПКУВ-2	знать: общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций; уметь: анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения; владеть: навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	

				приятый антикризисного PR.			
Тема 6.	Стадии антикризисного PR (докризисные, кризисные, посткризисные)	1,0/ 0,027		Прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий антикризисного PR; упреждение, нейтрализация кризиса; послекризисные мероприятия. Содержание различных этапов антикризисного PR.	ПКУВ-1 ПКУВ-2	знать: общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций; уметь: анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения; владеть: навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	Слайд-лекции, имитационное моделирование
Тема 7.	Прогнозирование и анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки	1,0/ 0,027	2,0/ 0,055	Особенности прогнозирования и планирования в менеджменте проблемных ситуаций. Сущность, диагностика, методики. Оценка эффективности. Антикризисный мониторинг. Социологический опрос, фокус-группы, экспертные оценки, контент-анализ.	ПКУВ-1 ПКУВ-2	знать: общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций; уметь: анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения; владеть: навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	Проблемная лекция
Тема 8.	Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации	1,0/ 0,027		Контроль каналов коммуникации. Принципы оперативности и открытости при реагировании. Основные прессматериалы для работы в кризисной ситуации: пресс-релиз, заявление, Q&A и др. Наиболее эффективные инструменты Media Relations. Сравнение зарубежной и российской практики работы со СМИ.	ПКУВ-1 ПКУВ-2	знать: общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций; уметь: анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения; владеть: навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	Проблемная лекция
Тема	Антикри-	1,0/		Правила поведения в кризисной	ПКУВ-1	знать: общеизвестные и нестандартные	Слайд-

9.	зисное консультирование. Методы кризисного консалтинга в PR	0,027		ситуации: подготовка к возможному кризису, выбор средств их предотвращения, определение конкретной стратегии и тактики на случай кризиса, формирование антикризисной команды, создание эффективных каналов связи с общественностью, проверка исполнения всех принятых решений.	ПКУВ-2	методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций; уметь: анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения; владеть: навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	лекции, имитационное моделирование
	Итого	9,0/ 0,25	6,0/ 0,166				

5.4. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
			ОФО	ЗФО
VIII семестр				
1.	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования	Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития антикризисных PR как профессии и отрасли бизнеса.	2,0/ 0,055	
2.	Типология кризисов на предприятии и причины их возникновения	Восстановление репутации и доверия после кризиса. Распределение ролей в кризисе.	2,0/ 0,055	
3.	Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса	. Факторы и условия, влияющие на эффективность кризисного PR.	2,0/ 0,055	2,0/ 0,055
4.	Репутационные риски и защита имиджа в кризисной ситуации	Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия. Причины кризисов репутации. Роль СМИ в развитии кризисов репутации.	2,0/ 0,055	2,0/ 0,055
5.	Антикризисный план и антикризисная программа	Планирование сообщений во времени, разным адресатам (заинтересованным лицам), по разным информационным каналам в отношении различных кризисов организации.	2,0/ 0,055	
6.	Стадии антикризисного PR (докризисные, кризисные, посткризисные)	Содержание различных этапов антикризисного PR.	2,0/ 0,055	2,0/ 0,055
7.	Прогнозирование и анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки	Оценка эффективности. Антикризисный мониторинг. Социологический опрос, фокус-группы, экспертные оценки, контент-анализ.	2,0/ 0,055	
8.	Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации	Сравнение зарубежной и российской практики работы со СМИ.	2,0/ 0,055	
9.	Антикризисное консультирование. Методы кризисного консалтинга в PR	Формирование антикризисной команды, создание эффективных каналов связи с общественностью, проверка исполнения всех принятых решений.	2,0/ 0,055	2,0/ 0,055
	ИТОГО		18/ 0,5	8/ 0,222

5.5. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
			ОФО	ЗФО
-	-	-	-	-

5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрены.

5.7. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

№ п/п	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
				ОФО	ЗФО
VIII семестр					
1.	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования	Написание реферата	2 недели	6,0/ 0,166	12,0/ 0,333
2.	Типология кризисов на предприятии и причины их возникновения	Составление плана-конспекта	4 недели	6,0/ 0,166	6,0/ 0,166
3.	Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса	Написание реферата	6 недели	6,0/ 0,166	12,0/ 0,333
4.	Репутационные риски и защита имиджа в кризисной ситуации	Проведение мониторинга развития	8 недели	12,0/ 0,333	6,0/ 0,166
5.	Антикризисный план и антикризисная программа	Написание реферата	11 недели	6,0/ 0,166	6,0/ 0,166
6.	Стадии антикризисного PR (докризисные, кризисные, посткризисные)	Написание реферата	12 недели	14,75/ 0,409	12,0/ 0,333
7.	Прогнозирование и анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки	Составление плана-конспекта	14 недели	6,0/ 0,166	12,0/ 0,333
8.	Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации	Написание реферата	16 недели	12,0/ 0,333	12,0/ 0,333
9.	Антикризисное консультирование. Методы кризисного консалтинга в PR	Написание реферата	17 недели	12,0/ 0,388	12,0/ 0,388
	Итого			80,75/ 2,24	90,0/ 2,5

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Методические указания (собственные разработки)

6.2. Литература для самостоятельной работы

1. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров. - М.: ЭКМОС, 2006.
2. Потемкин А.И.; Потемкин П.И.; Новикова Н.Г. Антикризисное управление неплатежеспособным предприятием (экономико-правовые основы). - М.: ГОУВПО МГУС, 2004.
3. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М.: Рефл-бук, 2005.
4. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью).- М.: Академический Проект, 2007.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестра согласно учебному плану)	Наименование учебных дисциплин, формирующих компетенции в процессе освоения образовательной программы
ПКУВ-1 - способность осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах.	
8	Антикризисный PR
ПКУВ-2 – способность принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности.	
8	Антикризисный PR

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
<p>ПКУВ-1 - способность осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах.</p> <p>ПКУВ-1.1. – Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.</p> <p>ПКУВ-1.2. – Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ПКУВ-1.3. – Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>					
<p>Знать: общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия ЦА реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций</p>	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовое задание, темы рефератов, темы докладов, темы научных дискуссий (круглых столов), вопросы к зачету
<p>Уметь: анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов</p>	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<p>Владеть: навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития</p>	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
<p>ПКУВ-2 – способность принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности.</p> <p>ПКУВ-2.1. – Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью</p>					

/ агентства рекламы и СО. ПКУВ-2.3. – Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере.					
Знать: способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний на гуманистической основе	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовое задание, темы рефератов, темы докладов, темы научных дискуссий (круглых столов), вопросы к зачету
Уметь: планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские, информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: необходимыми знаниями и навыками для выполнения функций кризис-менеджера, пресс-секретаря, менеджера коммуникационной структуры, эксперта, консультанта, референта в государственных и общественных учреждениях и организациях, коммерческих структурах по вопросам массовой информации и деловой коммуникации, общественных связей, гуманитарных технологий	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Задание:

Выбор кризисной ситуации (по усмотрению учащегося) и разработка коммуникационной антикризисной стратегии, включающей: цель и задачи коммуникации, целевые аудитории, концепцию PR-работы, каналы коммуникации, инструменты коммуникации и планируемый эффект (результат коммуникации).

Работа выполняется в формате презентации PowerPoint, объем до 10 слайдов.

Темы рефератов

1. Значение репутации организации для успешного ведения бизнеса.
2. Концепция «Заинтересованных лиц организации» (Stakeholders) Эдварда Фриимена (Edward Freeman, 1963).
3. Репутация организации в восприятии различных заинтересованных лиц.
4. Кризис репутации: определение, механизм развития, последствия.
5. Причины кризисов репутации организаций в российских условиях.
6. Роль СМИ в развитии кризисов репутации.
7. Зависимость вовлеченности различных заинтересованных лиц от специфики организации и типа кризиса.
8. Понятия, определения и термины антикризисного PR.
9. Внутренний антикризисный PR
10. Внешний антикризисный PR
11. Принцип упреждения в антикризисном PR.
12. Принцип срочности в антикризисном PR.
13. Принцип отказа от «страусиной политики» в антикризисном PR.
14. Проактивный и реактивный антикризисный PR.
15. Планирование антикризисного PR.
16. Этапы антикризисного PR.
17. Содержание этапа прогнозирования антикризисного PR.
18. Сущность этапа планирования антикризисного PR.
19. Этап подготовка мероприятий антикризисного PR.
20. Этап антикризисного PR в условиях кризиса: упреждение и нейтрализация.
21. Программа послекризисных мероприятий.
22. Риски организации как основа прогнозирования и планирования антикризисного PR.
23. Методы разработки плана антикризисного PR.
24. Содержание типового плана антикризисного PR.
25. Планирование адресатов, каналов распространения и последовательности сообщений в антикризисном PR.
26. Шаблоны сообщений в планах мероприятий антикризисного PR.
27. Распределение ролей при реализации мероприятий антикризисного PR. Роль пресс-службы (пресс-секретаря).
28. Правовые основы взаимоотношений со СМИ в проактивном антикризисном PR.
29. Правовые основы взаимоотношений со СМИ в реактивном антикризисном PR. Опровержения. Реакция на клевету.
30. Принципы и правила взаимоотношений со СМИ в антикризисном PR.
31. Нейтрализация рейдерских атак с использованием СМИ.
32. Организация периметра, информационного обеспечения, питания сотрудников СМИ в антикризисном PR.

33. Привлечение сторонних специалистов (организаций) по антикризисному PR в ситуации острого кризиса.
34. Использование услуг сторонних специалистов (организаций) по антикризисному PR на постоянной основе (абонентское обслуживание).
35. Внутреннее подразделение (служба) антикризисного PR: преимущества и недостатки.
36. Цели, задачи и функции внутреннего подразделения (службы) антикризисного PR.
37. Взаимоотношения внутреннего подразделения (службы) антикризисного PR с руководством организации и с другими подразделениями организации.
38. Исключительная роль высшего руководства организации в антикризисном PR.
39. Необходимость PR-обеспечения деятельности арбитражного управляющего и процедур банкротства.
40. Специфика антикризисного PR в процедурах банкротства: учет положений законодательства о банкротстве, решение проблем финансирования, организации, реализации.
41. Адресаты антикризисного PR в процедурах банкротства.
42. Антикризисный PR в различных процедурах банкротства.
43. Пресс-секретарь арбитражного управляющего: задачи, функции.
44. PR-обеспечение арбитражного управления в России на уровне СРО и в масштабах профессии (СОЮЗ СРО).

Темы докладов

1. Классификация кризисов и описание кризисных ситуаций.
2. Определение антикризисных коммуникаций, сущность кризисного PR.
3. Принципы работы в кризисной ситуации.
4. Специфика распространения информации в условиях кризиса.
5. Отличия PR-работы в зарубежных и российских компаниях.
6. Crisis Manual: суть, задачи, структура, основные разделы.
7. Целевые группы при работе в кризисной ситуации.
8. Каналы коммуникаций в кризисе.
9. Методы и инструменты антикризисных коммуникаций.
10. Методы противодействия технологиям «черного PR».
11. Роль лидеров общественного мнения в управлении кризисами.
12. Аналитические приемы в кризисном консалтинге.
13. Оценка эффективности реализации кризисной PR-кампании.
14. Кризисная PR-стратегия: цели, задачи, структура, основные компоненты.
15. Распределение ролей в кризисной ситуации.
16. Работа с традиционными СМИ в кризисе: инструменты, принципы, типовые ошибки.
17. Работа с Social Media: инструменты, принципы, типовые ошибки.
18. Кризисные ситуации в различных областях: бизнес, политика, общество, брендинг.
19. Основные принципы взаимодействия с общественностью в условиях кризиса.
20. Оценка практических кейсов по управлению кризисными ситуациями: примеры, оценка эффективности.

Темы научных дискуссий (круглых столов)

1. Китайские стратагемы и их экстраполяция на приемы кризисного PR
2. Практические примеры из различных сфер: бизнес, брендинг, государство, общество, политика, культура
3. Выбор открытой и закрытой модели для антикризисного реагирования
4. Построение цветовой шкалы кризиса на примере банковского сектора
5. Симметричный и асимметричный ответ в информационной войне

Вопросы к зачету

1. Природа социального конфликта.

2. Типология кризисов и конфликтов. «Жизненные» циклы кризиса.
3. Коммуникации как источник конфликта.
4. Коммуникации как процесс с обратной связью.
5. Механизм искажения информации.
6. Основные функции коммуникаций. «Барьеры» коммуникаций.
7. Некоторые особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса.
8. Правила поведения в кризисной ситуации: подготовка к возможному кризису.
9. Выбор средств их предотвращения, определение конкретной стратегии и тактики на случай кризиса.
10. Формирование антикризисной команды, создание эффективных каналов связи с общественностью, проверка исполнения всех принятых решений.
11. Регулирование и разрешение социальных кризисов и конфликтов: определение основных понятий – регулирование, разрешение, управление, предотвращение, минимизация последствий.
12. Этапы и последовательность оптимального урегулирования конфликтов.
13. Структурирование конфликтующих групп. Анализ основных форм регулирования и разрешения конфликтов.
14. Проблема предупреждения и предотвращения конфликтов.
15. Информационное противоборство в конфликте.
16. Прогнозирование и планирование антикризисного PR на основе ранжированного перечня рисков организации.
17. Методы разработки планов антикризисного PR.
18. Содержание планов антикризисного PR. Планирование сообщений во времени, разным адресатам.
19. Возможность и необходимость планирования антикризисного PR.
20. Роль различных уровней руководства организации в антикризисном PR.
21. Этапы антикризисного PR: прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий антикризисного PR; упреждение, нейтрализация кризиса; послекризисные мероприятия.
22. Содержание различных этапов антикризисного PR.
23. Распределение ролей при реализации мероприятий антикризисного PR.
24. Современное отношение общественного мнения к системе несостоятельности и к процедурам банкротства в России.
25. Соотношение форм и методов антикризисного PR с положениями законодательства о несостоятельности.
26. Специфика антикризисного PR в процедурах банкротства: проблемы финансирования, организации, реализации.
27. Адресаты антикризисного PR в процедурах банкротства.
28. Антикризисный PR в процедуре наблюдения.
29. Антикризисный PR в процедуре финансового оздоровления.
30. Антикризисный PR во внешнем управлении.
31. Антикризисный PR в конкурсном производстве.
32. Практика использования сторонних специалистов (консультантов) для разработки и реализации программ антикризисного PR.
33. Механизм создания и функционирования подразделения по антикризисному PR в организации.
34. Принципы, методы и содержание работы подразделения антикризисного PR.
- 35.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности. Автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основную часть, заключение, список использованной литературы. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д.

Критерии оценивания реферата:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к написанию доклада

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Критерии оценивания доклада:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите доклада: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка «хорошо» - основные требования к докладу и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к докладу. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к проведению круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Критерии оценивания круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов:

- знание и понимание современных тенденций развития российского образования и общества, в целом, и регионального, в частности;
- масштабность, глубина и оригинальность суждений;
- аргументированность, взвешенность и конструктивность предложений;
- умение вести дискуссию;
- умение отстаивать свое мнение;
- активность в обсуждении;
- общая культура и эрудиция.

Шкала оценивания: четырехбалльная шкала – 0 – критерий не отражён; 1 – недостаточный уровень проявления критерия; 2 – критерий отражен в основном, присутствует на отдельных этапах; 3 – критерий отражен полностью.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Оценка «**зачтено**» ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;
- о знании рекомендованной литературы,
- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участие на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Оценка «**не зачтено**» ставятся обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1 Основная литература

1. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров. - М.: ЭКМОС, 2006.
2. Потемкин А.И.; Потемкин П.И.; Новикова Н.Г. Антикризисное управление неплатежеспособным предприятием (экономико-правовые основы). - М.: ГОУВПО МГУС, 2004.

8.2 Дополнительная литература

3. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М.: Рефл-бук, 2005.
4. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью).- М.: Академический Проект, 2007.

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

4. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/main>
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.gks.ru/>
6. Официальный сайт издания «Экономика и жизнь» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.eg-online.ru/>
7. Образовательный портал ФГБОУ ВО «МГТУ» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://mkgtu.ru/>
8. Официальный сайт Правительства Российской Федерации. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.government.ru>
9. Информационно-правовой портал «Гарант» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.garant.ru/>
10. Научная электронная библиотека www.eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
11. Электронный каталог библиотеки – Режим доступа: // <http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fo12>
12. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: Режим доступа: <http://window.edu.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Учебно-методические материалы по лекциям дисциплины Б1.О.17 Антикризисный PR

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов (дидактических единиц)	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5
VIII семестр				
Происхождение и понятийный аппарат PR, антикризисных PR. Специфика содержания и функций антикризисных PR. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития антикризисных PR как профессии и отрасли бизнеса. Роль антикризисных PR в современном обществе и рыночной экономике.	лекция, проблемное изложение	изучение нового учебного материалы	устная речь	- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (УК-4);
Типология кризисов и их классификация. Организационный кризис. Кризис доверия: определения, причины, последствия. Понятия кризиса и причины его возникновения. Восстановление репутации и доверия после кризиса. Распределение ролей в кризисе. Предотвращение социальных кризисов методами PR.	лекция, приобретение знаний	изучение нового учебного материала	устная речь	- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (УК-4);
Основные функции, задачи антикризисного реагирования. Руководство по кризисным ситуациям (Crisis Manual), структура, ключевые понятия, правила формирования пакета антикризисной документации. Факторы и условия, влияющие на эффективность кризисного PR.	лекция, проблемное изложение	изучение нового учебного материала	устная речь	- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (УК-4);
Репутация как актив организации и как условие ведения бизнеса. Концепция заинтересованных лиц организации. Репутация организации	лекция, проблемное изложение,	изучение нового материала	устная речь	- способность использовать основы экономических

<p>в восприятии различных заинтересованных лиц. Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия. Причины кризисов репутации. Роль СМИ в развитии кризисов репутации. Специфический характер спектра вовлеченности заинтересованных лиц в различные кризисы организации</p>	<p>объяснительно иллюстративный</p>			<p>знаний в различных сферах деятельности (УК-4);</p>
<p>Прогнозирование и планирование антикризисного PR на основе ранжированного перечня рисков организации. Методы разработки планов антикризисного PR. Содержание планов антикризисного PR. Планирование сообщений во времени, разным адресатам (заинтересованным лицам), по разным информационным каналам в отношении различных кризисов организации. Шаблоны сообщений. Распределение ролей при реализации мероприятий антикризисного PR.</p>	<p>лекция, проблемное изложение, объяснительно иллюстративный</p>	<p>изучение нового материала</p>	<p>устная речь</p>	<p>- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (УК-4);</p>
<p>Прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий антикризисного PR; упреждение, нейтрализация кризиса; послекризисные мероприятия. Содержание различных этапов антикризисного PR.</p>	<p>лекция, проблемное изложение, объяснительно иллюстративный</p>	<p>изучение нового материала</p>	<p>устная речь</p>	<p>- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (УК-4);</p>
<p>Особенности прогнозирования и планирования в менеджменте проблемных ситуаций. Сущность, диагностика, методики. Оценка эффективности. Антикризисный мониторинг. Социологический опрос, фокус-группы, экспертные оценки, контент-анализ.</p>	<p>лекция, проблемное изложение, объяснительно иллюстративный</p>	<p>изучение нового материала</p>	<p>устная речь</p>	<p>- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (УК-4);</p>
<p>Контроль каналов коммуникации. Принципы оперативности и открытости при реагировании. Основные пресс-материалы для работы в кризисной ситуации: пресс-релиз, заявление, Q&A и др. Наиболее эффективные инструменты Media Relations. Сравнение зарубежной и российской практики работы со СМИ.</p>	<p>Лекция, проблемное изложение, объяснительно иллюстративный</p>	<p>изучение нового материала</p>	<p>устная речь</p>	<p>- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (УК-4);</p>

<p>Правила поведения в кризисной ситуации: подготовка к возможному кризису, выбор средств их предотвращения, определение конкретной стратегии и тактики на случай кризиса, формирование антикризисной команды, создание эффективных каналов связи с общественностью, проверка исполнения всех принятых решений.</p>	<p>лекция, проблемное изложение, объяснительно иллюстративный</p>	<p>изучение нового материала</p>	<p>устная речь</p>	<p>- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (УК-4);</p>
---	---	----------------------------------	--------------------	---

Учебно-методические материалы по практическим занятиям дисциплины
Б1.В.ДВ.09.01 Антикризисный PR

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов (дидактических единиц)	Наименование прак- тического занятия	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения
1	2	3	4	5
IV семестр				
Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития антикризисных PR как профессии и отрасли бизнеса.	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования	Написание реферата	формирование и совершенствование знаний	Тестовое задание
Восстановление репутации и доверия после кризиса. Распределение ролей в кризисе.	Типология кризисов на предприятии и причины их возникновения	Составление плана-конспекта	формирование, контроль и коррекция знаний	Тестовое задание, реферат, круглый стол,
. Факторы и условия, влияющие на эффективность кризисного PR.	Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса	Проведение мониторинга развития отраслей экономики.	формирование и совершенствование знаний	Тестовое задание, круглый стол,
Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия. Причины кризисов репутации. Роль СМИ в развитии кризисов репутации.	Репутационные риски и защита имиджа в кризисной ситуации	Подбор и анализ важнейших компонент экономического потенциала страны	формирование, контроль и коррекция знаний	Тестовое задание, реферат, доклад
Планирование сообщений во времени, разным адресатам (заинтересованным лицам), по разным информационным каналам в отношении различных кризисов организации.	Антикризисный план и антикризисная программа	Составление плана-конспекта	формирование и совершенствование знаний	Тестовое задание, реферат, доклад, круглый стол,
1	2	3	4	5

Содержание различных этапов антикризисного PR.	Стадии антикризисного PR (докризисные, кризисные, посткризисные)	Составление плана-конспекта	формирование, контроль и коррекция знаний	Тестовое задание, реферат, доклад, круглый стол,
Оценка эффективности. Антикризисный мониторинг. Социологический опрос, фокус-группы, экспертные оценки, контент-анализ.	Прогнозирование и анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки	Составление плана-конспекта	формирование, контроль и коррекция знаний	Тестовое задание, реферат, доклад, круглый стол,
Сравнение зарубежной и российской практики работы со СМИ.	Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации	Написание реферата	формирование и совершенствование знаний	Тестовое задание, реферат, доклад, круглый стол, зачет
Формирование антикризисной команды, создание эффективных каналов связи с общественностью, проверка исполнения всех принятых решений.	Антикризисное консультирование. Методы кризисного консалтинга в PR	Подбор и анализ важнейших компонент экономического потенциала страны	формирование, контроль и коррекция знаний	Тестовое задание, реферат, доклад

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Для осуществления учебного процесса используется свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:

Реквизиты подтверждающего документа (№ лицензии, дата приобретения, срок действия)
1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:
2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLC media player»;
3. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-lite codec»;
4. Офисный пакет «WPS office»;
5. Программа для работы с архивами «7zip»;
6. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe reader»;

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

1. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (www.znanium.com).

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

1. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>)
2. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>)
3. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>)
4. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>)
5. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>)
6. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>)

11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		
<p>Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: № ауд.3-12, 3-15, 3-17, 3-22. <i>Адрес: ул. Пушкина 177;</i> аудитория для практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № ауд. № ауд.3-12, 3-15, 3-17, 3-22. <i>Адрес: ул. Пушкина 177.</i> Компьютерный класс: № ауд., <i>адрес</i></p>	<p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 15 посадочных мест, оснащенный компьютерами <i>Pentium</i> с выходом в Интернет</p>	<p>1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение: 1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLC media player»; 2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-lite codec»; 3. Офисный пакет «WPS office»; 4. Программа для работы с архивами «7zip»; 5. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe reader»;</p>
Помещения для самостоятельной работы		
<p>Учебные аудитории для самостоятельной работы: № ауд. <i>адрес</i> В качестве помещений для самостоятельной работы могут быть: компьютерный класс, читальный зал: ул.Первомайская,191, 3 этаж.</p>	<p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 15 посадочных мест, оснащенный компьютерами <i>Pentium</i> с выходом в Интернет</p>	<p>1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение: 1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLC media player»; 2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-lite codec»; 3. Офисный пакет «WPS office»; 4. Программа для работы с архивами «7zip»; 5. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe reader»;</p>

**12. Дополнения и изменения в рабочей программе
на _____ / _____ учебный год**

В рабочую программу Б1.В.ДВ.09.01 Антикризисный PR
(наименование дисциплины)

для направления (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(номер направления (специальности))

вносятся следующие дополнения и изменения:

Дополнения и изменения внес доцент, Хачемизова Э.А
(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
маркетинга, сервиса и туризма
(наименование кафедры)

«___» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____ Кумпилова А.Р.
(подпись) (Ф.И.О.)