

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Задорожная Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 31.03.2023 11:31:55

Уникальный идентификатор:

faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**

**«Майкопский государственный технологический университет»**

**Факультет экономики и управления**

**Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма**

**Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ Л.И. Задорожная

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

по направлению подготовки

по профилю подготовки (специализации)

квалификация (степень) выпускника

форма обучения

год начала подготовки

**Б1.В.ДВ.09.01 Антикризисный PR**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

бакалавр

Очная, Заочная,

2022

Майкоп



Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Составитель рабочей программы:**

ст. преподаватель,

(должность, ученое звание, степень)

Подписано простой ЭП

02.02.2023

(подпись)

Сабаноква Сусанна

Хазретовна

(Ф.И.О.)

**Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:**

Маркетинга, сервиса и туризма

(название кафедры)

Заведующий кафедрой:

09.02.2023

Подписано простой ЭП

09.02.2023

(подпись)

Кумпилова Анжелика

Руслановна

(Ф.И.О.)

**Согласовано:**

Руководитель ОПОП

заведующий выпускающей

кафедрой

по направлению подготовки

(специальности)

09.02.2023

Подписано простой ЭП

09.02.2023

(подпись)

Кумпилова Анжелика

Руслановна

(Ф.И.О.)



## 1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

**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 (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)**

"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 (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

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-2.1	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.
ПКУВ-2.2	Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности
ПКУВ-2.3	Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере



#### 4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	з.е.
			За	Лек	Пр	СРП		
Курс 4	Сем. 8	1	9	18	0.25	80.75	<b>108</b>	3

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	
			Лек	Пр	КРАТ	Контроль		
Курс 5	Сем. 9	8	10	0.25	3.75	86	<b>108</b>	3



## 5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

### 5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Недел я семе стра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								Формы текущего/проме жуточного контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	Кризисный PR: по- нятия, содержание, принципы антикри- зисного реагирования	1	1		2				10		Обсуждение докладов
	Типология кризисов на предприятии и причины их возник- новения	2	1		2				10		Блиц-опрос
	Роль и функции ан- тикризисных комму- никаций в условиях кризиса	3	1		2				10		Тестирование
	Репутационные рис- ки и защита имиджа в кризисной ситуации	4	1		2				10		Блиц-опрос
	Антикризисный план и антикризисная про- грамма	5	1		2				10		Тестирование
	Стадии антикризис- ного PR (докризис- ные, кризисные, пост- кризисные)	6	1		2				10		Блиц-опрос
	Прогнозирование и анализ кризисной си- туации: внешние и внутренние признаки	7	1		2	0.25			10		Тестирование
	Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практиче- ские рекомендации	8	1		2				5		Обсуждение докладов
	Антикризисное кон- сультирование. Мето- ды кризисного кон- салтинга в PR	9	1		2				5.75		Тестирование
	Промежуточная ат- тестация.										Экзамен в устной форме
	<b>ИТОГО:</b>		<b>9</b>		<b>18</b>	<b>0.25</b>			<b>80.75</b>		

### 5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
	Кризисный PR: по- нятия, содержание, принципы антикри- зисного реагирования	1		2				10	
	Типология кризисов на предприятии и причины их возник- новения	1		1				10	
	Роль и функции ан- тикризисных комму- никаций в условиях кризиса	1		1				10	
	Репутационные рис- ки и защита имиджа в кризисной ситуации	1		1				10	

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
	Антикризисный план и антикризисная про- грамма	1		1				10	
	Стадии антикризис- ного PR (докризис- ные, кризисные, пост- кризисные)	1		2			1	10	
	Прогнозирование и анализ кризисной си- туации: внешние и внутренние признаки	1		1		0,25	1	10	
	Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практиче- ские рекомендации	1		1			1,75	16	
	Промежуточная ат- тестация.								
	<b>ИТОГО:</b>	<b>8</b>		<b>10</b>		<b>0.25</b>	<b>3.75</b>	<b>86</b>	



#### 5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Антикризисный PR», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
8	Типология кризисов на предприятии и причины их возникновения	1	1		Происхождение и понятийный аппарат PR, антикризисных PR. Специфика со- держания 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-1.1; ПКУВ-1.2; ПКУВ-1.3; ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3;	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	, Лекция-беседа
8	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования	1	1		Типология кризисов и их классифика- ция. Организационный кризис. Кризис доверия: определения, причины, послед- ствия. Понятия кризиса и причины его возникновения. Восстановление репута- ции и доверия после кризиса. Распреде- ление ролей в кризисе. Предотвращение социальных кризисов методами PR.	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.2; ПКУВ-1.3; ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3;	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	, Деловая игра, Лекция- беседа
8	Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса	1	1		Основные функции, задачи антикризисного реагирования. Руководство по кризисным ситуациям	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.2; ПКУВ-1.3; ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3;	знать: общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия	, Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					(Crisis Manual), структура, ключевые понятия, правила формирования пакета антикризисной документации. Факторы и условия, влияющие на эффективность кризисного PR.		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	
8	Репутационные риски и защита имиджа в кризисной ситуации	1	1		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-1.1; ПКУВ-1.2;	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	, Лекция-беседа
8	Антикризисный план и антикризисная программа	1	1		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	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.2; ПКУВ-1.3; ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3;	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	, Лекции-визуализации

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					информационным каналам в отношении различных кризисов организации. Шаблоны сообщений. Распределение ролей при реализации мероприятий антикризисного PR.		особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	
8	Стадии антикризисного PR (до- кризисные, кризисные, посткризисные)	1	1		Прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий антикризисного PR; упреждение, нейтрализация кризиса; послекризисные мероприятия. Содержание различных этапов антикризисного PR.	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.2; ПКУВ-1.3; ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3;	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	, Лекция-беседа, Деловая игра
8	Прогнозирование и анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки	1	1		Особенности прогнозирования и планирования в менеджменте проблемных ситуаций. Сущность, диагностика, методики. Оценка эффективности. Антикризисный мониторинг. Социологический опрос, фокус-группы, экспертные оценки, контент-анализ.	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.2; ПКУВ-1.3; ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3;	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	, Лекция-беседа, Деловая игра
8	Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации	1	1		Контроль каналов коммуникации. Принципы оперативности и открытости при	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.2; ПКУВ-1.3; ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3;	знать: общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса,	, Лекция-беседа, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					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.		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	
8	Антикризисное консультирование. Методы кризисного консалтинга в PR	1			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.	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.2; ПКУВ-1.3; ПКУВ-2.1; ПКУВ-2.2; ПКУВ-2.3;	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-лекция
	ИТОГО:	9	8					

### 5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
8	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования	Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития антикризисных PR как профессии и отрасли бизнеса.	2	1	
8	Типология кризисов на предприятии и причины их возникновения	Восстановление репутации и доверия после кризиса. Распределение ролей в кризисе.	2	1	
8	Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса	Факторы и условия, влияющие на эффективность кризисного PR.	2	1	
8	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	1	
8	Антикризисный план и антикризисная программа	Планирование сообщений во времени, разным адресатам (заинтересованным лицам), по разным информационным каналам в отношении различных кризисов организации.	2	1	
8	Стадии антикризисного PR (докризисные, кризисные, посткризисные)	Содержание различных этапов антикризисного PR.	2	1	
8	Прогнозирование и анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки	Оценка эффективности. Антикризисный мониторинг. Социологический опрос, фокус-группы, экспертные оценки, контент-анализ.	2	1	
8	Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации	Сравнение зарубежной и российской практики работы со СМИ.	2	1	
8	Антикризисное консультирование. Методы кризисного консалтинга в PR	Формирование антикризисной команды, создание эффективных каналов связи с общественностью, проверка исполнения всех принятых решений.	2	2	
8	Промежуточная аттестация.				
	<b>ИТОГО:</b>		<b>18</b>	<b>10</b>	

### Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование симуляционных занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
	<b>ИТОГО:</b>				

### 5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

## **5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)**

Учебным планом не предусмотрено

## 5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
8	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования	Составление плана-конспекта	2 неделя	10	10	
8	Типология кризисов на предприятии и причины их возникновения	Написание реферата	4 неделя	10	10	
8	Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса	Составление плана-конспекта	6 неделя	10	10	
8	Репутационные риски и защита имиджа в кризисной ситуации	Написание реферата	8 неделя	10	10	
8	Антикризисный план и антикризисная программа	Составление плана-конспекта	10 неделя	10	10	
8	Стадии антикризисного PR (докризисные, кризисные, посткризисные)	Написание реферата	11 неделя	10	10	
8	Прогнозирование и анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки	Составление плана-конспекта	14 неделя	10	10	
8	Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации	Написание реферата	16 неделя	5	6	
8	Антикризисное консультирование. Методы кризисного консалтинга в PR	Написание реферата	17 неделя	6	10	
<b>ИТОГО:</b>				<b>81</b>	<b>86</b>	

## 5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Учебным планом не предусмотрено

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

### 6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
Учебно-методическое пособие по подготовке к семинарским и практическим занятиям и организации самостоятельной работы студентов очной и заочной формы обучения специальности 100103 Социально-культурный сервис и туризм по дисциплине "Паблик Рилейшнз (Связи с общественностью)" [Электронный ресурс] / Минобрнауки России, ФГБОУ ВПО "Майкоп. гос. технол. ун-т", Фак. новых соц. технол., Каф. сервиса, туризма и связей с общественностью ; [сост.: Крынина О.Ю., Панина Е.А.]. - Майкоп : МГТУ, 2011. - 100 с. - Прил: с. 99-100. - Библиогр.: с. 97-98	<a href="http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=1000053029&amp;DOK=035131&amp;BASE=0007AA">http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=1000053029&amp;DOK=035131&amp;BASE=0007AA</a>

### 6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
1. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров. - М.: ЭКМОС, 2006.	<a href="https://www.booksite.ru/fulltext/publik/index.htm">https://www.booksite.ru/fulltext/publik/index.htm</a>
2. Потемкин А.И.; Потемкин П.И.; Новикова Н.Г. Антикризисное управление неплатеже- способным предприятием (экономико-правовые основы). - М.: ГОУВПО МГУС, 2004.	<a href="https://unitech-mo.ru/upload/files/education/umr/vpo/080105.65-vkr.pdf">https://unitech-mo.ru/upload/files/education/umr/vpo/080105.65-vkr.pdf</a>
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью).- М.: Академический Про- ект, 2007.	<a href="https://e.lanbook.com/book/132505">https://e.lanbook.com/book/132505</a>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.





## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
<b>ПКУВ-2.2</b> Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности			
8	9		Антикризисный PR
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
1	1		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
<b>ПКУВ-2.3</b> Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере			
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
1	1		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Антикризисный PR
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
<b>ПКУВ-1.3</b> Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта			
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			общественностью
56	67		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	6		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиаарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Антикризисный PR
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
<b>ПКУВ-2.1</b> Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связей с общественностью / агентства рекламы и СО. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.			
4	4		Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью
1	1		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Медиаарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
8	9		Антикризисный PR
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
<b>ПКУВ-1.2</b> Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью			
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
6	7		Брендинг территории



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджология
8	9		Антикризисный PR
8	9		Внутрикорпоративный PR
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
<b>ПКУВ-1.1</b> Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации			
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджология
8	9		Антикризисный PR
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

## 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	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-1: Способен 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					
<b>Знать:</b> технологии маркетинговых коммуникаций; принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; внутренние и внешние коммуникации в	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы рефератов Тестовые задания Контрольные задания Зачет



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
том числе с государственным и органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций					
<b>Уметь:</b> обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственным и органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<b>Владеть:</b> навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации с внутренними и внешними коммуникациями, в том числе с государственным и органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
массовой информации; навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития					
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью					
<b>Знать:</b> способы применения теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью ;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы рефератов Тестовые задания Контрольные задания Зачет
<b>Уметь:</b> Анализировать и систематизировать теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью .	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<b>Владеть:</b> навыками использования теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью ;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта					
<b>Знать:</b> правила участия в	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие	Сформированные систематические	Темы рефератов Тестовые задания



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;			отдельные пробелы знания	знания	Контрольные задания Зачет
<b>Уметь:</b> определять участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<b>Владеть:</b> навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен 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. Представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции СМИ.					
<b>Знать:</b> функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела рекламы и связям с общественностью ; принципы сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы рефератов Тестовые задания Контрольные задания Зачет
<b>Уметь:</b> выполнять функционал линейного менеджера; учитывать особенности принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
решения профессиональных задач; принимать управленческие решения по продвижению продукции СМИ;					
<b>Владеть:</b> навыками принятия управленческих решений по продвижению продукции.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-2: Способен 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-2.2 Демонстрирует навыки оценки эффективности коммуникационной деятельности					
<b>Знать:</b> способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы рефератов Тестовые задания Контрольные задания Зачет
<b>Уметь:</b> Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; 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	
<b>Владеть:</b> навыками анализа и систематизации разнородных	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков	Успешное и систематическое применение навыков	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;			допускаются пробелы		
ПКУВ-2: Способен 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-2.3 Использует технологии формирования внутреннего и внешнего корпоративного имиджа организации в коммерческой сфере					
<b>Знать:</b> основы рекламной деятельности и связей с общественностью в организации способы организации анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Темы рефератов Тестовые задания Контрольные задания Зачет
<b>Уметь:</b> Анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<b>Владеть:</b> навыками анализа и систематизации разнородных данных, осуществления процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности; навыками	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	





Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
повышения имиджа фирмы, продвижения товаров и услуг на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью					

### 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

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 прогнозирование антикризисного PR.
18. Сущность этапа планирование 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 ассиметричный 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.

#### **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 (модуля)

### 8.1. Основная литература

Название	Ссылка
1. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров. - М.: ЭКМОС, 2006.	<a href="https://www.booksite.ru/fulltext/publik/index.htm">https://www.booksite.ru/fulltext/publik/index.htm</a>
2. Потемкин А.И.; Потемкин П.И.; Новикова Н.Г. Антикризисное управление не- платежеспособным предприятием (экономико-правовые основы). - М.: ГОУВПО МГУС, 2004.	<a href="https://unitech-mo.ru/upload/files/education/umr/vpo/080105.65-vkr.pdf">https://unitech-mo.ru/upload/files/education/umr/vpo/080105.65-vkr.pdf</a>
3. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью).- М.: Академический Проект, 2007.	<a href="https://e.lanbook.com/book/132505">https://e.lanbook.com/book/132505</a>

### 8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
1. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. - М.: Рефл-бук, 2005.	<a href="http://htbiblio.yolasite.com/resources/Pocheptsov_PR.pdf">http://htbiblio.yolasite.com/resources/Pocheptsov_PR.pdf</a>
2. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью).- М.: Академический Проект, 2007.	<a href="https://www.studmed.ru/sharkov-fi-pablik-rileyshnz-svyazi-s-obschestvennostyu-chast-1_5d7ce20fb36.html">https://www.studmed.ru/sharkov-fi-pablik-rileyshnz-svyazi-s-obschestvennostyu-chast-1_5d7ce20fb36.html</a>

### 8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znaniy.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". – Москва, 2011 - - URL: <http://znaniy.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. <http://znaniy.com/catalog/> Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - - URL: <https://нэб.рф/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <http://nlr.ru/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. "... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени." (цитата с сайта РНБ: [http://nlr.ru/nlr\\_visit/RA1162/rnb-today](http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) ) <https://нэб.рф/>



## 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые функции
<p>Основные функции, задачи антикризисного реагирования. Руководство по кризисным ситуациям</p> <p>(Crisis Manual), структура, ключевые понятия, правила формирования пакета антикризисной документации. Факторы и условия, влияющие на эффективность кризисного PR.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная</p> <p>(изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-1 ПКУВ-2</p>
<p>Репутация как актив организации и как условие ведения бизнеса. Концепция заинтересованных лиц организации.</p> <p>Репутация организации в восприятии различных заинтересованных лиц. Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия. Причины кризисов репутации. Роль СМИ в развитии кризисов репутации. Специфический</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная</p> <p>(изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний,</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-1 ПКУВ-2</p>



<p>характер спектра вовлеченности заинтересованных лиц в различные кризисы организации</p>				
<p>Прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий антикризисного PR; упреждение, нейтрализация кризиса; послекризисные мероприятия.</p> <p>Содержание различных этапов антикризисного PR.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-1 ПКУВ-2</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, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ-1 ПКУВ-2</p>

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

### 10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
1С Предприятие 8.3 - учебная версия Свободная лицензия

### 10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

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

Название
Znaniyum.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: <a href="http://znaniyum.com/catalog">http://znaniyum.com/catalog</a> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. <a href="http://znaniyum.com/catalog/">http://znaniyum.com/catalog/</a>
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: <a href="https://нэб.рф/">https://нэб.рф/</a> . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <a href="http://nlr.ru/">http://nlr.ru/</a> . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населения России народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: <a href="http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today">http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today</a> ) <a href="https://нэб.рф/">https://нэб.рф/</a>

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

Название
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. - Саратов, 2010 - . - URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/586.html">http://www.iprbookshop.ru/586.html</a> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. <a href="http://www.iprbookshop.ru/586.html">http://www.iprbookshop.ru/586.html</a>
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: <a href="https://нэб.рф/">https://нэб.рф/</a> . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает



**Название**

более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <http://nlr.ru/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: [http://nlr.ru/nlr\\_visit/RA1162/rnb-today](http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) ) <https://нэб.рф/>



## 11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения ауд. 5-5-21, адрес: 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ ул. Пролетарская, дом № 30/дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ ул. Пролетарская, дом №234, стр. 1), Учебный корпус № 5.	Учебная мебель на 28 посадочных мест, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Аудитория для практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций. Текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенные оборудованием и техническими средствами, ауд. 5-5-22, адрес: 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ ул. Пролетарская, дом № 30/дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ ул. Пролетарская, дом №234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 28 посадочных мест, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Помещение для самостоятельной работы обучающихся: 1-Читальный зал ФГБОУ ВО «МГТУ», адрес: 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Первомайская, дом № 191, Здание учебного корпуса	Мебель на 150 посадочных мест, компьютерное оснащение с выходом в Интернет на 30 посадочных мест, специализированная мебель (стулья, столы, шкафы, шкафы выставочные), мультимедийное оборудование, оргтехника (принтеры, сканеры, ксерокс)	Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Помещение для хранения и профилактического обслуживания оборудования: информационно-технический отдел, г. Майкоп, ул. Первомайская 191 каб	Технические средства обучения, служащие для предоставления учебной информации большой аудитории	Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-480951C Предприятие 8.3 - учебная версия Свободная лицензия

