

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

На заседании кафедры рекламы и
связей с общественностью
Протокол № 10 от 30.05.2023

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор
Авдашкевич С.В.
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	ФТД.В.02 Антикризисный пиар
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль):	«Маркетинг»
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Программа:	Прикладного бакалавриата
Форма обучения:	Очная, заочная
Разработчики:	Кандидат экономических наук, доцент Упова И.В.

1. Цели и задачи дисциплины:

Цели дисциплины:

- сформировать у студентов представления об антикризисных связях с общественностью (антикризисный PR/Паблик Рилейшнз) как деятельности, регулирующей общественные процессы, как средства, разрешающего или смягчающего социальные, политические, экономические кризисные ситуации.

Задачи дисциплины:

- приобретения навыков использования опыта антикризисного PR в деятельности российских организаций, находящихся в кризисных ситуациях;
- овладения технологией прогнозирования, предотвращения кризисных ситуаций посредством PR в их повседневной практике.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Содержание компетенции
ПК-1	владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры

Планируемые результаты обучения:

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-1. Способен осуществлять планирование и организацию работы редакции	ПК-1.1. Знает гражданское законодательство РФ, основы планирования и организации внутриорганизационной логистики, маркетинговые технологии, технологии эффективной работы на рынке и оценки конкурентоспособности, принципы и подходы к организации и планированию журналистской работы, профессиональную этику журналистской деятельности, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.	06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»
	ПК-1.2. Осуществляет планирование мероприятий по продвижению медиапродукции, планирование расходов на их проведение, разработку стратегии маркетинга и комплекса маркетинговых коммуникаций в сфере медиа, анализирует большой объем информации с использованием современных инфокоммуникационных технологий (ИКТ) и средств связи, соблюдает тайм-менеджмент работ в соответствии с требованиями организации и технологическим процессом.	
	ПК-1.3. Способен выполнять функции по разработке общей концепции и планированию деятельности редакции, согласованию и внедрению маркетинговой стратегии, включая ценовую политику и формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению медиапродукции, а также представляет проекты управленческих решений по продвижению медиапродукции руководству.	

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Антикризисный пиар» входит в Вариативную часть образовательной программы высшего образования по направлению 38.03.02 Менеджмент направленность (профиль) «Маркетинг».

При изучении данной дисциплины обучающийся использует знания, умения и навыки, которые формируются в процессе изучения следующих дисциплин (практик):

Введение в менеджмент, Основы менеджмента, Социология управления, Конфликтология, Управление человеческими ресурсами, Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, Маркетинг персонала, Кадровый менеджмент.

Знания, умения и навыки, приобретенные в процессе изучения данной дисциплины, будут использованы обучающимся при изучении дисциплин (практик):

Производственная практика: преддипломная практика

4. Объем дисциплины

Очная форма обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		7
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
В том числе:		
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	33	33
В том числе:		
Курсовая работа	0	
Другие виды самостоятельной работы*	33	33
Контроль самостоятельной работы (КСР)	3	3
Контактная работа (КоР)	39	39
Форма промежуточной аттестации		Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	72/2	72/2

* - подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии).

Заочная форма обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		4
Аудиторные занятия (АЗ):	12	12
В том числе:		
Лекционные занятия (Лек)	6	6
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	6	6
Самостоятельная работа студента (СР)	54	54
В том числе:		
Курсовая работа	0	
Другие виды самостоятельной работы*	54	54

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»
 Программа прикладного бакалавриата
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: ФТД.В.02 Антикризисный пиар
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
Контактная работа (КоР)	14	14
Форма промежуточной аттестации		Зачет
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	4	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	72/2	72/2

* - подготовка к аудиторным занятиям.

5. Содержание дисциплины

Очная форма обучения:

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Семестр / Курс	Количество учебных часов				Практическая под- готовка*
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	PR и управление кризисными ситуациями	7	2	2	0	5	2
2	Основные этапы деятельности антикризисных PR	7	2	2	0	5	2
3	Инструментарий антикризисных PR	7	2	2	0	5	2
4	Отношения с внешней и внутренней общественностью	7	4	4	0	5	4
5	Стратегии антикризисных PR	7	4	4	0	8	4
6	Организация и технология проведения антикризисных PR-кампаний	7	4	4	0	5	4
Итого:			18	18	0	33	18

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения:

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Семестр/ курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка*
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	PR и управление кризисными ситуациями	4	2	2	0	9	2
2	Основные этапы деятельности антикризисных PR	4	0	2	0	9	2
3	Инструментарий антикризисных PR	4	2	0	0	9	2
4	Отношения с внешней и внутренней общественностью	4	0	0	0	9	4
5	Стратегии антикризисных PR	4	2	0	0	8	4
6	Организация и технология проведения антикризисных PR-кампаний	4	0	2	0	10	4
Итого:			6	6	0	54	18

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»
 Программа прикладного бакалавриата
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: ФТД.В.02 Антикризисный пиар
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия обучающихся, курсовая работа	Компетенции	Оценочное средство текущего контроля
1	2	3	5
<p>Тема 1: PR и управление кризисными ситуациями</p>	<p>Природа социального конфликта. Типология кризисов и конфликтов. «Жизненные» циклы кризиса. Источники и причины его возникновения. Позитивные и деструктивные функции. Структурные элементы конфликта. Процесс и динамика конфликта. Человеческий фактор в конфликте. Эмоциональные, психологические, социальные аспекты конфликта. Типы конфликтных личностей. Типичное поведение в конфликтной ситуации. Характеристика основных стилей: конфронтация, избегание, приспособление, компромисс, сотрудничество. Управление и коммуникация в кризисных ситуациях (комплексные действия и локальные методы). Коммуникации как источник конфликта. Коммуникации как процесс с обратной связью. Механизм искажения информации. Основные функции коммуникаций. «Барьеры» коммуникаций. Некоторые особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса. 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>Практические занятия/ Самостоятельная работа: Регулирование и разрешение социальных кризисов и конфликтов: определение основных понятий – регулирование, разрешение, управление, предотвращение, минимизация последствий. Этапы и последовательность оптимального урегулирования конфликтов. Структурирование конфликтующих групп. Анализ основных форм регулирования и разрешения конфликтов. Проблема предупреждения и предотвращения конфликтов. Информационное противоборство в конфликте. Принципы организации собственного информационного потока. PR как средство кризисного регулирования, как средство предотвращения конфликта или минимизации его последствий</p> <p>Лабораторная работа: -</p>	<p>ПК-1</p>	<p>Доклад/сообщение №1 (10)</p>
<p>Тема 2: Основные этапы деятельности антикризисных PR</p>	<p>Определение проблемы. Планирование антикризисной PR - программы. Реализация антикризисной PR – программы. Оценка результатов. Сущность кризиса и его диагностика в контексте PR: основные характеристики кризиса; классификационные признаки и типологии кризисов в аспекте связей с общественностью; факторы, причины и симптомы кризиса; этапы развития кризиса; структура кризиса.</p> <p>Практические занятия/ Самостоятельная работа: Определение проблемы. Планирование антикризисной</p>	<p>ПК-1</p>	<p>Контрольная работа №1(10)</p>

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»
 Программа прикладного бакалавриата
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: ФТД.В.02 Антикризисный пиар
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

	<p>PR - программы. Реализация антикризисной PR – программы. Оценка результатов. Сущность кризиса и его диагностика в контексте PR: основные характеристики кризиса; классификационные признаки и типологии кризисов в аспекте связей с общественностью; факторы, причины и симптомы кризиса; этапы развития кризиса; структура кризиса.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>		
Тема 3: Инструментарий антикризисных PR	<p>Отношения со СМИ. Технология составления пресс-релиза</p> <p>Практические занятия/ Самостоятельная работа: Отношения со СМИ. Технология составления пресс-релиза</p> <p>Лабораторная работа: -</p>	ПК-1	Круглый стол №1 (10)
Тема 4: Отношения с внешней и внутренней общественностью	<p>Подготовка и проведение пресс-конференции. Брифинги. Интервью. Подготовка и проведение презентаций. Приемы. Имидж фирмы. Фирменный стиль как средство создания и поддержания позитивного имиджа.</p> <p>Практические занятия/ Самостоятельная работа: Подготовка и проведение пресс-конференции. Брифинги. Интервью. Подготовка и проведение презентаций. Приемы. Имидж фирмы. Фирменный стиль как средство создания и поддержания позитивного имиджа.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>	ПК-1	Круглый стол №2(10)
Тема 5: Стратегии антикризисных PR.	<p>Стратегия оперативного антикризисного реагирования: разработка и реализация оперативной антикризисной PR-стратегии; специфика управления информационными потоками в кризисных ситуациях; основные проблемы коммуникации в кризисной ситуации; психология людей в кризисных ситуациях в аспекте коммуникативного взаимодействия. Антикризисные PR в коммерции и промышленности, в финансовой сфере, в правительстве, политике и шоу-бизнесе. Лоббирование. Спонсорство.</p> <p>Практические занятия/ Самостоятельная работа: Стратегия оперативного антикризисного реагирования: разработка и реализация оперативной антикризисной PR-стратегии; специфика управления информационными потоками в кризисных ситуациях; основные проблемы коммуникации в кризисной ситуации; психология людей в кризисных ситуациях в аспекте коммуникативного взаимодействия. Антикризисные PR в коммерции и промышленности, в финансовой сфере, в правительстве, политике и шоу-бизнесе. Лоббирование. Спонсорство.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>	ПК-1	Круглый стол №3 (10)
Тема 6: Организация и технология проведения антикризисных PR-кампаний	<p>Понятие информационного поля. Сценография информационных поводов. Порядок организации и распределения основных информационных потоков. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории. Особенности проведения информационных кампаний в регионах. Стратегия кампании, ее представление заказчику. Творческий аспект антикризисной стратегии. Разработка содержательной и эстетической части текста. Ожидаемый резонанс, способы прогнозирования вариантов поведения целевых групп. Тактика координации</p>	ПК-1	Задание творческого уровня №1 (10) Круглый стол 4 (10)

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»
 Программа прикладного бакалавриата
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: ФТД.В.02 Антикризисный пиар
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

	<p>информационных процессов. Коммуникативные приемы и современные информационные технологии. Оперативный контроль и корректировка текущих проектов. Методика определения промежуточных и результирующих итогов кампании. Антикризисные PR для политика. Политическое лидерство, харизма, популизм. Избирательные кампании: общие принципы организации, элементы, специальные программы. «Черные» и «белые» технологии. Имидж политического лидера.</p> <p>Практические занятия/ Самостоятельная работа: Роль служб антикризисных PR в создании благоприятного имиджа политика. Виды документов: информационные, имиджевые, корпоративные документы, реклама. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом: корпоративная многотиражная газета, информационные бюллетени, другие формы. Предкризисное планирование: • определение наиболее вероятных кризисов для организации; • моделирование сценариев реагирования и их апробация в тренинговом режиме; • антикризисный мониторинг; • создание антикризисных программ с целью недопущения кризиса. Превентивное реагирование: • разработка антикризисной PR-стратегии, изменения или адаптации; • адаптационный PR; • рискованные коммуникации как вариант превентивных антикризисных мер. Посткризисное планирование: • планирование посткризисных коммуникаций; • оценка эффективности деятельности организации в ситуации кризиса; • исследование влияния кризиса на репутацию базисного субъекта и ее коррекция; • оценка рисков с целью предотвращения рецидивов</p> <p>Лабораторная работа: -</p>		
<p>Курсовая работа: Не предусмотрена учебным планом</p>			

6. Формы проведения занятий

При реализации дисциплины применяются инновационные формы учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества.

Очная форма обучения:

№ п/п	Наименование темы/ лекционного (практического) занятия	Тип занятия	Кол-во часов	Форма проведения занятий
1	PR и управление кризисными ситуациями	Пр	2	Дискуссия
2	Основные этапы деятельности антикризисных PR	Пр	2	Деловая игра

Заочная форма обучения:

№ п/п	Наименование темы/ лекционного (практического) занятия	Тип занятия	Кол-во часов	Форма проведения занятий
1	PR и управление кризисными ситуациями	Пр	2	Дискуссия

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»
Программа прикладного бакалавриата
Рабочая программа дисциплины
Дисциплина: ФТД.В.02 Антикризисный пиар
Форма обучения: очная, заочная
Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года
Обновлена на 2023/2024 учебный год

2	Основные этапы деятельности антикризисных PR	Пр	2	Деловая игра
---	--	----	---	--------------

7. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516818>

2. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491694>

3. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493292>

Дополнительная литература:

1. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514234>

2. Назаретян, А. П. Психология стихийного массового поведения : учебное пособие для вузов / А. П. Назаретян. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 158 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14310-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497620>

3. Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493657>

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение

Дополнительно при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются:

1. LMS Moodle.
2. Вебинарная платформа

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,

информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный
2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный
3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru/>. - Текст: электронный
4. eLibrary.ru : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный
5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: arh.naicon.ru. - Текст: электронный
6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный
7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный
8. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/>. - Текст: электронный
9. PR в России [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.prjournal.ru>. - Текст: электронный
10. Sostav [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.sostav.ru/>. - Текст: электронный
11. AdIndex.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://adindex.ru/>. - Текст: электронный
12. Реклама в России [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.rwg.ru/>. - Текст: электронный

11. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованные: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенного специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, программным обеспечением; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской.

Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, программным обеспечением.

При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможно-

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»
 Программа прикладного бакалавриата
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: ФТД.В.02 Антикризисный пиар
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

стью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета umeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением. Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета umeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля).

12. Оценочные материалы по дисциплине

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

Очная форма обучения:

Код компетенции	Название дисциплины	Форма промежуточной аттестации	Семестр/курс	Этап формирования компетенции
ПК-1	Введение в менеджмент	зачет	2	1
ПК-1	Основы менеджмента			
ПК-1	Социология управления	зачет	3	2
ПК-1	Конфликтология			
ПК-1	Управление человеческими ресурсами	зачет	4	3
ПК-1	Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	зачет с оценкой	6	4
ПК-1	Маркетинг персонала	зачет	7	5
ПК-1	Кадровый менеджмент			
ПК-1	Антикризисный пиар	зачет	7	5
ПК-1	Производственная практика: преддипломная практика	зачет с оценкой	8	6

Заочная форма обучения:

Код компетенции	Название дисциплины	Форма промежуточной аттестации	Семестр/курс	Этап формирования компетенции
ПК-1	Введение в менеджмент	зачет	1	1
ПК-1	Основы менеджмента			
ПК-1	Социология управления	зачет	2	2
ПК-1	Конфликтология			
ПК-1	Управление человеческими ресурсами	зачет	3	3
ПК-1	Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	зачет с оценкой	3	3
ПК-1	Маркетинг персонала	зачет	4	4
ПК-1	Кадровый менеджмент			
ПК-1	Антикризисный пиар	зачет	4	4
ПК-1	Производственная практика: преддипломная практика	зачет с оценкой	5	5

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе изучения дисциплины, описание шкал оценивания

2.1 Текущий контроль

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная письменная аналитическая работа студента, которая способствует закреплению и систематизации знаний по одной или нескольким темам дисциплины. Цель контрольной работы – получить специальные знания и продемонстрировать навыки их практического применения.

Контрольная работа оценивается по следующим показателям:

1. Выполнение работы в полном объеме и без ошибок;
2. Зрелая, творческая, полностью самостоятельная работа;
3. Выполнение работы в соответствии с требованиями к оформлению.

Критерии оценивания контрольной работы

Полное, правильное и обоснованное решение; полностью самостоятельная работа; работа выполнена в соответствии с требованиями к оформлению	10 баллов	Повышенный уровень сформированности компетенций
Решение в целом правильное и обоснованное, но допущены незначительные ошибки либо решение является неполным, допускается незначительная подсказка со стороны преподавателя; работа выполнена в соответствии с требованиями к оформлению	8 баллов	Высокий уровень сформированности компетенций
Решение содержит обоснование, ход рассуждений в целом верный, но при этом допущены существенные ошибки, студент продемонстрировал недостаточное умение правильно применять знания, полученные в процессе изучения дисциплины, либо работа выполнена при существенной помощи преподавателя; работа выполнена с некоторыми нарушениями требований к оформлению	6 баллов	Пороговый уровень сформированности компетенций
Отсутствует решение задачи, либо отсутствует обоснование решения, либо решение содержит обоснование, но допущены грубые ошибки, приведшие к абсолютно неверной квалификации; работа выполнена без учета требований к оформлению	0 баллов	Компетенции не сформированы

ЗАДАНИЯ ТВОРЧЕСКОГО УРОВНЯ

Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Задания творческого уровня оцениваются по следующим показателям:

Базовая система знаний

1. Степень понимания студентом учебного материала.
2. Теоретическая обоснованность решений, лежащих в основе замысла и воплощенных в результате.
3. Научность подхода к решению задания.
4. Владение терминологией.

Творческая часть

5. Оригинальность замысла.
6. Уровень новизны: комбинация ранее известных способов деятельности при решении новой проблемы /преобразование известных способов при решении новой проблемы/новая идея.

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»
 Программа прикладного бакалавриата
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: ФТД.В.02 Антикризисный пиар
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

7. Характер представления результатов (наглядность, оформление и др.).

Критерии и шкала оценивания заданий творческого уровня

Высокая степень понимания студентом учебного материала Теоретическая обоснованность решений, лежащих в основе замысла и воплощенных в результате Научность подхода к решению задания Владение терминологией Оригинальность замысла Наличие уровня новизны: комбинация ранее известных способов деятельности при решении новой проблемы /преобразование известных способов при решении новой проблемы/новая идея Высокий уровень представления результатов (наглядность, оформление и др.).	10 баллов	Повышенный уровень сформированности компетенций
Хорошая степень понимания студентом учебного материала Теоретическая обоснованность решений, лежащих в основе замысла и воплощенных в результате Владение терминологией Наличие уровня новизны: комбинация ранее известных способов деятельности при решении новой проблемы /преобразование известных способов при решении новой проблемы/новая идея Хороший уровень представления результатов (наглядность, оформление и др.).	8 баллов	Высокий уровень сформированности компетенций
Слабое понимание студентом учебного материала Слабое владение терминологией Отсутствует уровень новизны Слабый уровень представления результатов (наглядность, оформление и др.).	6 баллов	Пороговый уровень сформированности компетенций
Непонимание студентом учебного материала Не владеет терминологией Не представлены результаты	0 баллов	Компетенции не сформированы

КРУГЛЫЙ СТОЛ/ ДИСКУССИЯ/ ПОЛЕМИКА/ ДЕБАТЫ

Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Дискуссия оценивается по следующим показателям:

1. Полное понимание обсуждаемой проблемы;
2. Собственное суждение по вопросу, исчерпывающие ответы на уточняющие и дополнительные вопросы;
3. Аргументированное и обоснованное выступление по теме;
4. Соблюдение регламента выступления, логичное структурирование и изложение материала;
5. Умение обозначить проблемные вопросы.

Критерии и шкала оценивания участия в дискуссии

Демонстрирует полное понимание обсуждаемой проблемы, высказывает собственное суждение по вопросу, аргументировано отвечает на вопросы участников, соблюдает регламент выступления, выделяет проблемные вопросы	10 баллов	Повышенный уровень сформированности компетенций
--	--------------	---

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»
 Программа прикладного бакалавриата
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: ФТД.В.02 Антикризисный пиар
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

Понимает суть рассматриваемой проблемы, может высказать типовое суждение по вопросу, отвечает на вопросы участников, однако выступление носит затянутый или не аргументированный характер	8 баллов	Высокий уровень сформированности компетенций
Принимает участие в обсуждении, однако собственного мнения по вопросу не высказывает, либо высказывает мнение, не отличающееся от мнения других докладчиков	6 баллов	Пороговый уровень сформированности компетенций
Не принимает участия в обсуждении	0 баллов	Компетенции не сформированы

ДОКЛАД, СООБЩЕНИЕ

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы. Доклад/сообщение оценивается по следующим показателям:

1. Структура.
2. Наглядность.
3. Дизайн и настройка.
4. Содержание.
5. Требования к выступлению.

Критерии и шкала оценивания доклада, сообщения

<p>Структура (количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления, например: для 7-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов, включая титульный слайд и слайд с выводами).</p> <p>Наглядность (иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается, например: используются средства наглядности информации в виде таблиц, схем, графиков и т. д.).</p> <p>Дизайн и настройка (оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления).</p> <p>Содержание (презентация отражает основные этапы исследования – проблему, цель, гипотезу, ход выполнения работы, выводы, т.е. содержит полную, понятную информацию по теме доклада при наличии орфографической и пунктуационной грамотности).</p> <p>Требования к выступлению (выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал, выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории, выступающий точно укладывается в рамки регламента).</p>	10 баллов	Повышенный уровень сформированности компетенций
<p>Структура (количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления).</p> <p>Наглядность (иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается).</p> <p>Дизайн и настройка (оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления).</p> <p>Содержание (презентация отражает основные этапы исследования, т.е. содержит полную, понятную информацию по теме доклада при наличии орфографической и пунктуационной грамотности).</p> <p>Требования к выступлению (выступающий хорошо владеет основным содержанием, но затрудняется при ответах на дополнительные вопросы, отвечает на вопросы и замечания аудитории, выступающий укладывается в рамки регламента).</p>	8 баллов	Высокий уровень сформированности компетенций

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»
 Программа прикладного бакалавриата
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: ФТД.В.02 Антикризисный пиар
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

<p>Структура (количество слайдов не полностью соответствует содержанию и продолжительности выступления).</p> <p>Наглядность (качество слайдов удовлетворительное).</p> <p>Дизайн и настройка (оформление слайдов соответствует теме, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления).</p> <p>Содержание (презентация слабо отражает основные этапы исследования, т.е. содержит неполную информацию по теме доклада).</p> <p>Требования к выступлению (выступающий слабо владеет содержанием, выступающий затрудняется с ответами на вопросы и замечания аудитории, выступающий не укладывается в рамки регламента).</p>	6 баллов	Пороговый уровень сформированности компетенций
<p>Структура (слайды отсутствуют или количество слайдов не соответствует содержанию и продолжительности выступления).</p> <p>Наглядность (некачественное исполнение в представлении материала).</p> <p>Дизайн и настройка (для слайдов используются разные шаблоны или слайды не представлены).</p> <p>Содержание (презентация отсутствует или не отражает основные этапы исследования).</p> <p>Требования к выступлению (выступающий не владеет содержанием, не ясно или уклончиво отвечает на вопросы и замечания аудитории).</p>	0 баллов	Компетенции не сформированы

2.2 Курсовая работа

Не предусмотрено учебным планом

2.3 Промежуточная аттестация в форме зачета

Зачёт – форма проверки знаний обучающихся. При успешном прохождении зачёта в ведомость и зачётную книжку ставится пометка об успешном прохождении испытания по дисциплине или её разделу. В ходе зачёта учитывается уровень знания, умения и владения обучающегося по изучаемой дисциплине.

Показателями и критериями оценивания учебных достижений по дисциплине (выставлении отметки о зачете) являются результаты текущего контроля.

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачётом без оценки

Баллы по дисциплине*	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине*	Незачет			Зачет				
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

*Оценка, полученная студентом за промежуточную аттестацию, выставляется с учетом баллов, полученных за текущий контроль (сумма баллов за зачет и текущий контроль).

2.4 Промежуточная аттестация в форме экзамена

Не предусмотрено учебным планом

2.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, сформированных дисциплиной

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»
 Программа прикладного бакалавриата
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: ФТД.В.02 Антикризисный пиар
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

После выполнения студентом всех видов оценочных средств, указанных в рабочей программе дисциплины, производится оценка уровня сформированности компетенций по дисциплине:

Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Оценочное средство	Уровни сформированности индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания индикатора достижения компетенции
ПК-1. Способен осуществлять планирование и организацию работы редакции	ПК-1.1. Знает гражданское законодательство РФ, основы планирования и организации внутриорганизационной логистики, маркетинговые технологии, технологии эффективной работы на рынке и оценки конкурентоспособности, принципы и подходы к организации и планированию журналистской работы, профессиональную этику журналистской деятельности, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.	Доклад/сообщение	Повышенный	<p>Структура (количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления, например: для 7-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов, включая титульный слайд и слайд с выводами). Наглядность (иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается, например: используются средства наглядности информации в виде таблиц, схем, графиков и т. д.). Дизайн и настройка (оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления). Содержание (презентация отражает основные этапы исследования – проблему, цель, гипотезу, ход выполнения работы, выводы, т.е. содержит полную, понятную информацию по теме доклада при наличии орфографической и пунктуационной грамотности). Требования к выступлению (выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал, выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории, выступающий точно укладывается в рамки регламента).</p>
			Высокий	<p>Структура (количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления). Наглядность (иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается). Дизайн и настройка (оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления). Содержание (презентация отражает основные этапы исследования, т.е. содержит полную, понятную информацию по теме доклада при наличии орфографической и пунктуационной грамотности). Требования к выступлению (выступающий хорошо владеет основным содержанием, но затрудняется при ответах</p>

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»
 Программа прикладного бакалавриата
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: ФТД.В.02 Антикризисный пиар
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

				на дополнительные вопросы, отвечает на вопросы и замечания аудитории, выступающий укладывается в рамки регламента).
			Пороговый	Структура (количество слайдов не полностью соответствует содержанию и продолжительности выступления). Наглядность (качество слайдов удовлетворительное). Дизайн и настройка (оформление слайдов соответствует теме, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления). Содержание (презентация слабо отражает основные этапы исследования, т.е. содержит неполную информацию по теме доклада). Требования к выступлению (выступающий слабо владеет содержанием, выступающий затрудняется с ответами на вопросы и замечания аудитории, выступающий не укладывается в рамки регламента).
			Не сформирован	Структура (слайды отсутствуют или количество слайдов не соответствует содержанию и продолжительности выступления). Наглядность (некачественное исполнение в представлении материала). Дизайн и настройка (для слайдов используются разные шаблоны или слайды не представлены). Содержание (презентация отсутствует или не отражает основные этапы исследования). Требования к выступлению (выступающий не владеет содержанием, не ясно или уклончиво отвечает на вопросы и замечания аудитории).
	ПК-1.2. Осуществляет планирование мероприятий по продвижению медиапродукции, планирование расходов на их проведение, разработку стратегии маркетинга и комплекса маркетинговых коммуникаций в сфере медиа, анализирует большой объем информации с использованием современных инфокоммуни-	Контрольная работа	Повышенный	Полное, правильное и обоснованное решение; полностью самостоятельная работа; работа выполнена в соответствии с требованиями к оформлению.
Высокий			Решение в целом правильное и обоснованное, но допущены незначительные ошибки либо решение является неполным, допускается незначительная подсказка со стороны преподавателя; работа выполнена в соответствии с требованиями к оформлению.	
Пороговый			Решение содержит обоснование, ход рассуждений в целом верный, но при этом допущены существенные ошибки, студент продемонстрировал недостаточное умение правильно применять знания, полученные в процессе изучения дисциплины, либо работа выполнена при существенной помощи преподавателя; работа выполнена с некоторыми нарушениями требований к оформлению.	
Не сформирован			Отсутствует решение задачи, либо отсут-	

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»
 Программа прикладного бакалавриата
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: ФТД.В.02 Антикризисный пиар
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

<p>кационных технологий (ИКТ) и средств связи, соблюдает тайм-менеджмент работ в соответствии с требованиями организации и технологическим процессом.</p>	<p>Круглый стол/ дискуссия/ полемика/ дебаты</p>	<p>рован</p>	<p>стует обоснование решения, либо решение содержит обоснование, но допущены грубые ошибки, приведшие к абсолютно неверной квалификации; работа выполнена без учета требований к оформлению.</p>
		<p>Повышенный</p>	<p>Демонстрирует полное понимание обсуждаемой проблемы, высказывает собственное суждение по вопросу, аргументированно отвечает на вопросы участников, соблюдает регламент выступления, выделяет проблемные вопросы.</p>
		<p>Высокий</p>	<p>Понимает суть рассматриваемой проблемы, может высказать типовое суждение по вопросу, отвечает на вопросы участников, однако выступление носит затянутый или не аргументированный характер.</p>
		<p>Пороговый</p>	<p>Принимает участие в обсуждении, однако собственного мнения по вопросу не высказывает, либо высказывает мнение, не отличающееся от мнения других докладчиков.</p>
		<p>Не сформирован</p>	<p>Не принимает участия в обсуждении.</p>
<p>ПК-1.3. Способен выполнять функции по разработке общей концепции и планированию деятельности редакции, согласованию и внедрению маркетинговой стратегии, включая ценовую политику и формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению медиапродукции, а также представляет проекты управленческих решений по продвижению медиапродукции руководству.</p>	<p>Задание творческого уровня</p>	<p>Повышенный</p>	<p>Высокая степень понимания студентом учебного материала. Теоретическая обоснованность решений, лежащих в основе замысла и воплощенных в результате. Научность подхода к решению задания. Владение терминологией. Оригинальность замысла. Наличие уровня новизны: комбинация ранее известных способов деятельности при решении новой проблемы /преобразование известных способов при решении новой проблемы/новая идея. Высокий уровень представления результатов (наглядность, оформление и др.).</p>
		<p>Высокий</p>	<p>Хорошая степень понимания студентом учебного материала. Теоретическая обоснованность решений, лежащих в основе замысла и воплощенных в результате. Владение терминологией. Наличие уровня новизны: комбинация ранее известных способов деятельности при решении новой проблемы /преобразование известных способов при решении новой проблемы/новая идея. Хороший уровень представления результатов (наглядность, оформление и др.).</p>
		<p>Пороговый</p>	<p>Слабое понимание студентом учебного материала. Слабое владение терминологией. Отсутствует уровень новизны. Слабый уровень представления результатов (наглядность, оформление и др.).</p>
		<p>Не сформирован</p>	<p>Непонимание студентом учебного материала. Не владеет терминологией. Не представлены результаты.</p>

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Методика формирования оценки по дисциплине. Успеваемость студента оценивается в баллах и состоит из:

- суммы баллов за выполнение заданий текущего контроля (обучающийся может получить в сумме не более 70 баллов);
- баллов за посещаемость (не более 10 баллов);
- баллов за активность на занятиях (занятия в интерактивной форме – п. 6. Формы проведения занятий), выполнение дополнительных заданий и пр. по усмотрению преподавателя, ведущего дисциплину – премиальные баллы (не более 20 баллов).

Полученные итоговые баллы по дисциплине переводятся в оценку по традиционной пятибалльной шкале оценивания и по 100-балльной шкале оценок Европейской системы перевода и накопления баллов (ECTS) в соответствии с таблицами, представленными в п. Таблицами. 1, 2. Оценки в пятибалльной шкале выставляются в ведомости и зачетные книжки, в 100-балльной – в ведомости.

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета (Положение «О текущем контроле успеваемости, промежуточной аттестации и балльно-рейтинговой системе оценки учебных достижений студентов», Положение «Об оценочных средствах», Положение «О контроле самостоятельности выполнения письменных работ обучающимися университета с использованием системы «Антиплагиат ВУЗ» и др.).

Уровень сформированности компетенции № 1 (№ N) определяется перечнем оценочных средств:

Оценочное средство (в том числе экзамен, зачет с оценкой при наличии)	Уровень сформированности компетенции*			Средний уровень сформированности компетенций по каждому оценочному средству
	Студент №1	...	Студент № N	
.....			
Итоговый уровень:			

* пороговый, высокий или повышенный

Итоговый (общий/средний) уровень рассчитывается как среднее арифметическое с округлением в сторону более высокого уровня.

Далее делается вывод об общем уровне освоения компетенций студентами в ходе изучения дисциплины:

Оценочный лист по дисциплине

ФИО студента	Уровень сформированности компетенций		
	Общекультурные компетенции	Общепрофессиональные компетенции	Компетенции по видам деятельности

38.03.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг»
 Программа прикладного бакалавриата
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: ФТД.В.02 Антикризисный пиар
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

	№ 1	№ N	Уровень сформированности общекультурных компетенций	№ 1	№ N	Уровень сформированности общепрофессиональных компетенций	№ 1	№ N	Уровень сформированности компетенций по виду деятельности № 1
Студент № 1									
Студент № 2									
.....									

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

Доклад/сообщение №1

1. Природа социального конфликта. Типология кризисов и конфликтов.
2. «Жизненные» циклы кризиса. Источники и причины его возникновения.
3. Позитивные и деструктивные функции. Структурные элементы конфликта.
4. Процесс и динамика конфликта.
5. Человеческий фактор в конфликте. Эмоциональные, психологические, социальные аспекты конфликта.
6. Типы конфликтных личностей.
7. Типичное поведение в конфликтной ситуации.
8. Характеристика основных стилей: конфронтация, избегание, приспособление, компромисс, сотрудничество.
9. Управление и коммуникация в кризисных ситуациях (комплексные действия и локальные методы).
10. Коммуникации как источник конфликта. Коммуникации как процесс с обратной связью. Механизм искажения информации.
11. Основные функции коммуникаций. «Барьеры» коммуникаций.
12. Некоторые особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса.

Контрольная работа №1

1. Определение проблемы. Планирование антикризисной PR - программы.
2. Реализация антикризисной PR – программы.
3. Оценка результатов.
4. Сущность кризиса и его диагностика в контексте PR: основные характеристики кризиса; классификационные признаки и типологии кризисов в аспекте связей с общественностью; факторы, причины и симптомы кризиса; этапы развития кризиса; структура кризиса.

Круглый стол №1

1. Отношения со СМИ.
2. Технология составления пресс-релиза

Круглый стол №2

1. Подготовка и проведение пресс-конференции.
2. Брифинги. Интервью.

3. Подготовка и проведение презентаций.
4. Приемы.
5. Имидж фирмы. Фирменный стиль как средство создания и поддержания позитивного имиджа.

Круглый стол №3

1. Стратегия оперативного антикризисного реагирования: разработка и реализация оперативной антикризисной PR-стратегии; специфика управления информационными потоками в кризисных ситуациях; основные проблемы коммуникации в кризисной ситуации; психология людей в кризисных ситуациях в аспекте коммуникативного взаимодействия.
2. Антикризисные PR в коммерции и промышленности, в финансовой сфере, в правительстве, политике и шоу-бизнесе.
3. Лоббирование. Спонсорство.

Круглый стол №4

1. Реализация антикризисной PR – программы.
2. Оценка результатов.
3. Сущность кризиса и его диагностика в контексте PR: основные характеристики кризиса; классификационные признаки и типологии кризисов в аспекте связей с общественностью; факторы, причины и симптомы кризиса; этапы развития кризиса; структура кризиса.
4. Предкризисное планирование: • определение наиболее вероятных кризисов для организации; • моделирование сценариев реагирования и их апробация в тренинговом режиме; • антикризисный мониторинг; • создание антикризисных программ с целью недопущения кризиса. Превентивное реагирование: • разработка антикризисной PR-стратегии, изменения или адаптации; • адаптационный PR; • рискованные коммуникации как вариант превентивных антикризисных мер. Посткризисное планирование: • планирование посткризисных коммуникаций; • оценка эффективности деятельности организации в ситуации кризиса; • исследование влияния кризиса на репутацию базисного субъекта и ее коррекция; • оценка рисков с целью предотвращения рецидивов

Задание творческого уровня №1

1. Разработать пакет PR-документов.
2. Провести опрос, подготовить и провести групповую дискуссию по теме: «Зарождение кризиса и опережающее прогнозирование предстоящих событий».

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Истоки формирования PR-деятельности.
2. Роль антикризисного PR в современном экономическом обществе. Цели и функции антикризисного PR, медиа-планирование.
3. Профессиональная этика в сфере антикризисного PR.
4. Манипулирование общественным мнением.
5. Взаимоотношения антикризисного PR и средств массовой коммуникации.
6. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг, PR и публицити.

7. Виды рабочих мероприятий в антикризисном PR.
8. Пресс-конференция и брифинг: сходства и различия.
9. Классификация рабочих документов в антикризисном PR.
10. Понятия «целевая аудитория», «ключевая аудитория», «конечный потребитель», «лидеры общественного мнения» в антикризисном PR.
11. Центральные СМИ, региональные СМИ, местные СМИ. Преимущества и недостатки каждого вида СМИ с точки зрения антикризисного PR.
12. Структура типового антикризисного PR - агентства.
13. Стратегии антикризисных PR в различных сферах.
14. Особенности профессиональной подготовки специалистов в США, Европе и России. Сертификация и лицензирование PR-деятельности.
15. Элементы процесса коммуникации.
16. Основные черты «белого» и «черного» PR.
17. Избирательные кампании и политический PR.
18. PR в экстремальных ситуациях.
19. Функции антикризисного PR в системе антикризисного управления.

Практические задания для подготовки к зачету

1. Провести опрос, подготовить и провести групповую дискуссию по теме: «Кризис и антикризисный коммуникации»
2. Разработать сценарий PR- и GR- действий после локализации кризиса во внешней среде.
3. Дать подробный письменный ответ с обоснованиями и практическими примерами по вопросам:
 - Как следует поступать при нарастании вмешательства внешних сил?
 - Как создавать и распределять информационные потоки в период кризиса?