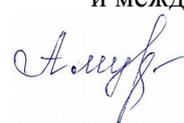


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:  
И. о. декана факультета истории  
и международных отношений  
О.И. Амурская  
«30» августа 2018 г.



## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Антикризисный PR**

Уровень основной профессиональной образовательной программы  
бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: заочная

Срок освоения ОПОП: 4 года (нормативный)

Факультет истории и международных отношений

Кафедра художественно-эстетического образования и рекламы

Рязань, 2018

## ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины Антикризисный PR – 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.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина относится к вариативной части Блока Б1.В.ДВ 2.2 Дисциплины по выбору, Б1.В.ДВ 2.2 - Вариативная часть.

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами уровня ОПОП бакалавриат:

- «Введение в специальность»;
- «История рекламы»;
- «Основы рекламы»;

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

1. Теория и практика массовой информации
2. Основы рекламы.

## 2.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Антикризисный PR», соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК) (общепрофессиональных- ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1	ОК-1	Способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	Способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных кампаний на гуманистической основе	Планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские, информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач	Необходимыми знаниями и навыками для выполнения функций кризис-менеджера, пресс-секретаря, менеджера коммуникационной структуры, эксперта, консультанта, референта в государственных и общественных учреждениях и организациях, коммерческих структурах по вопросам массовой информации и деловой коммуникации, общественных связей, гуманитарных технологий
2.	ОПК-1	Способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия ЦА реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций	Анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов	Навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития.
3	ПК-6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной	Теоретические основы разработки правильных путей и средств в принятии	Осуществлять выбор управленческого решения, использовать при разработке	Принципами освоения основных этических норм, регулирующих профессиональную деятельность в

		инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.	необходимых решений, психологии и этику делового общения; структуру департамента, службы или отдела по связям с общественностью	управленческих решений научные подходы, оценивать эффективность принятого управленческого решения	сфере политических технологий.
4	ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	Типология управленческих решений, основы управления управленческой деятельностью; управление человеческими ресурсами (производительность, активизация знаний и умений)	Формулировать цели проектной деятельности, разрабатывать план проекта, выявлять критерии качества и эффективности проектов	Приемами продвижения образа политика/партии/объединения с помощью коммуникационных технологий на рекламном политическом рынке.

## 2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ     Антикризисный PR					
Цель 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.			
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Общекультурные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОК-1	Способностью использовать основы	ЗНАТЬ: Способы разрешения конфликтных ситуаций, методику и технику проведения антикризисных	Проблемные лекции, практические занятия, дискуссии,	Дискуссия Реферат Зачет	<b>Пороговый:</b> знать основы философии для применения в практической деятельности

	<p>философских знаний для формирования мировоззренческой позиции</p>	<p>кампаний на гуманистической основе  <b>УМЕТЬ:</b> Планировать и организовывать рекламные, агитационно-пропагандистские, информационные, антикризисные кампании, находить способы решения различных коммуникационных задач  <b>ВЛАДЕТЬ:</b> Необходимыми знаниями и навыками для выполнения функций кризис-менеджера, пресс-секретаря, менеджера коммуникационной структуры, эксперта, консультанта, референта в государственных и общественных учреждениях и организациях, коммерческих структурах по вопросам массовой информации и деловой коммуникации, общественных связей, гуманитарных технологий</p>	<p>презентации.</p>		<p><b>Повышенный:</b> применять на практике на базе мировоззренческих понятий виды антикризисных мер в различных сферах рекламы</p>
<p>ОПК-1</p>	<p>Способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах</p>	<p><b>ЗНАТЬ:</b> Общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия ЦА реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций  <b>УМЕТЬ:</b> Анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов  <b>ВЛАДЕТЬ:</b> Навыками формирования методов антикризисной деятельности</p>	<p>Проблемные лекции, практические занятия, дискуссии, презентации.</p>	<p>Дискуссия  Реферат  Зачет</p>	<p><b>Пороговый:</b> знать особенности проведения рекламной кампании.  <b>Повышенный:</b> применять на практике особенности опыта рекламной деятельности в различных сферах.</p>

		с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития.			
ПК-6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.	<p><b>ЗНАТЬ:</b> Теоретические основы разработки правильных путей и средств в принятии необходимых решений, психологии и этику делового общения; структуру департамента, службы или отдела по связям с общественностью</p> <p><b>УМЕТЬ:</b> Осуществлять выбор управленческого решения, использовать при разработке управленческих решений научные подходы, оценивать эффективность принятого управленческого решения</p> <p><b>ВЛАДЕТЬ:</b> Принципами освоения основных этических норм, регулирующих профессиональную деятельность в сфере социального брендинга</p>	Проблемные лекции, практические занятия, дискуссии, индивидуальные домашние задания.	Дискуссия Реферат Зачет	<p><b>Пороговый:</b> осуществлять связи с общественностью в области социального брендинга</p> <p><b>Повышенный:</b> установлением связей с деловыми партнерами, СМИ, соперниками.</p>
ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	<p><b>ЗНАТЬ:</b> Типология управленческих решений, основы управления управленческой деятельностью; управление человеческими ресурсами (производительность, активизация знаний и умений)</p> <p><b>УМЕТЬ:</b> Формулировать цели проектной деятельности, разрабатывать план проекта, выявлять критерии качества и эффективности проектов</p> <p><b>ВЛАДЕТЬ:</b> Приемами проведения маркетинговых исследований с целью анализа целевых аудиторий и позиционирования бренда.</p>	Проблемные лекции, практические занятия, дискуссии, презентации.	Дискуссия Реферат Зачет	<p><b>Пороговый:</b> Осуществлять связи с общественностью в области рекламы</p> <p><b>Повышенный:</b> Разрабатывать рекламную стратегию кампании.</p>

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	№ 2	
		часов	
1	2	3	
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	36	36	
В том числе:			
Лекции (Л)	18	18	
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	18	18	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	
2. Самостоятельная работа студента (всего)	36	36	
В том числе			
<i>СРС в семестре:</i>	30	30	
Курсовая работа	-	-	
Другие виды СРС:			
Подготовка к устному собеседованию и фронтальному опросу по теоретическим разделам	6	6	
Работа со справочными материалами	4	4	
Подготовка докладов, сообщений, презентаций	2	2	
Изучение и конспектирование литературы	6	6	
Выполнение научно-исследовательской работы	8	8	
Работа со специализированными сайтами	4	4	
<i>СРС в период сессии</i>	6	6	
Вид промежуточной аттестации	3	3	
	Зачет (З)		
ИТОГО: Общая трудоемкость	72/2	72/2	
	часов		
	зач. ед.		

В приложении к диплому итоговая оценка по учебной дисциплине, указывается (выделите выбранный вариант):

- А) средняя оценка за все семестры изучения учебной дисциплины
- Б) оценка за семестр № 2

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 2.1. Содержание разделов дисциплины (модуля)

семестра №	№	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
2	1	Раздел I. PR – сущность и содержание	Понятие PR. Определения PR. Принципы и функции PR. Общественность в сфере PR. PR в системе маркетинга. PR в системе менеджмента. PR в системе антикризисного управления. PR и пропаганда. Паблисити. Специфика содержания и функций антикризисных PR. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития антикризисных PR как профессии и отрасли бизнеса. Роль антикризисных PR в современном обществе и рыночной экономике. Основные профессиональные термины и понятия; принципы, классификация услуг, функции специалиста по антикризисным PR, профессиональные требования к специалисту
2	2	PR и управление кризисными ситуациями	Природа социального конфликта. Типология кризисов и конфликтов. «Жизненные» циклы кризиса. 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. 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.

2.2. Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	ЛР	ПЗ	СРС	всего	
	<b>1</b>	<b>Модуль I. PR – сущность и содержание</b>	<b>8</b>		<b>10</b>			
2 2	1.1	Понятие PR. Определения PR. Принципы и функции PR.	2			2		
2 2	1.2	Общественность в сфере PR. PR в системе маркетинга. PR в системе менеджмента.	1			4		2 неделя Дискуссия
2 2	1.3	PR в системе антикризисного управления.	1			2		
2 2	1.4	PR и пропаганда. Паблицити.			2	2		
2 2	1.5	Специфика содержания и функций антикризисных PR.			2	2		5 неделя Дискуссия
2 2	1.6	Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития антикризисных	2		2	2		
2 2	1.7	PR как профессии и отрасли бизнеса.	2			4		
2 2	1.8	Роль антикризисных PR в современном обществе и рыночной экономике.			2	4		8 неделя Дискуссия
2 2	1.9	Основные профессиональные термины и понятия; принципы, классификация услуг, функции специалиста по антикризисным PR, профессиональные требования к специалисту			2	2		
2 2		<b>Раздел дисциплины № 1</b>	<b>8</b>		<b>10</b>			
2 2	<b>2</b>	<b>Модуль II: PR и управление кризисными ситуациями</b>	<b>8</b>		<b>8</b>			

2 2	2.1	Типология кризисов и конфликтов. «Жизненные» циклы кризиса.	2		2		<i>12 неделя Дискуссия</i>	
2 2	2.2	Механизм искажения информации. Основные функции коммуникаций. «Барьеры» коммуникаций.	1		2	2		
2 2	2.3	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.	2			2	<i>15 неделя Дискуссия</i>	
2 2	2.4	Регулирование и разрешение социальных кризисов и конфликтов: определение основных понятий – регулирование, разрешение, управление, предотвращение, минимизация последствий.	2		2	2		
2 2	2.5	Этапы и последовательность оптимального урегулирования конфликтов. Структурирование конфликтующих групп.	1		2	2	<i>17 неделя Реферат</i>	
2 2	2.6	Анализ основных форм регулирования и разрешения конфликтов. Проблема предупреждения и предотвращения конфликтов.	2		2	2	<i>18 неделя Защита презентаций</i>	
2 2		<b>Раздел дисциплины № 2</b>	<b>10</b>		<b>8</b>			
2 2		<b>ИТОГО</b>	<b>18</b>		<b>18</b>	<b>36</b>	<b>72</b>	<b>Зачет</b>

2.3. Лабораторный практикум – не предусмотрен

2.4. Примерная тематика курсовых работ – не предусмотрено

### 3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

#### 3.1. Виды СРС

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Виды СРС	Всего часов
2	1		Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям, контрольным работам и т.д.	4
			Работа со справочными материалами (словарями, энциклопедиями)	4
			Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы	4
			Выполнение индивидуальных домашних заданий (подготовка докладов, рефератов и т.д.)	4
			Выполнение научно-исследовательской работы, подготовка к конференциям	4
2	2		Выполнение заданий при подготовке к семинарским занятиям, контрольным работам и т.д.	4
			Работа со справочными материалами (словарями, энциклопедиями)	2
			Изучение и конспектирование основной и дополнительной литературы	4
			Выполнение индивидуальных домашних заданий(подготовка докладов, рефератов и т.д.)	4
			Выполнение научно-исследовательской работы, подготовка к конференциям	2
<b>ИТОГО в семестре</b>				<b>36</b>



### **3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

1. Мониторинг информационного поля: как оперативно находить и отслеживать всю информацию, которая о вас появляется в прессе, интернете и социальных сетях.
2. Антикризисное планирование: как предусмотреть максимальное количество кризисных ситуаций и подготовиться к ним заранее.
3. Как предотвращать кризисные ситуации, не допуская их развития.
4. Красная папка: как составить инструкцию для всех ключевых сотрудников компании на случай кризиса.
5. Как подготовить топ-менеджера к правильному поведению в кризисных ситуациях.
6. Как строить работу с журналистами во время кризисной ситуации.
7. Репутационный менеджмент: построение, управление, защита.
8. Технология работы с информационными поводами: как перехватить инициативу в инфопространстве и отвести внимание от проблемных тем.
9. Как реагировать на негативные комментарии в интернете — пошаговая инструкция.
10. Управление репутацией в поисковых системах.
11. Как регламентировать поведение сотрудников в социальных сетях, чтобы избежать удара по репутации организации.
12. Как бороться с троллями в вашем сообществе в социальных сетях.
13. Как работать с негативно настроенными СМИ.
14. Юридическая практика борьбы с негативом: идти ли в суд и как это правильно делать.
15. Группы поддержки: как их правильно создавать и использовать.
16. Технология оценки эффективности работы PR-коммуникаций в условиях кризиса.
17. Информационные войны: технология защиты и нападения.
18. PR без посредников: как работать напрямую с целевой аудиторией.
19. Как писать PR-тексты в условиях кризиса в компании.
20. Как себя вести, если против вас организовали травлю в интернете.
21. Технология построения успешной репутации организации, персоны, бренда.

#### **Рекомендации к самостоятельной работе студентов.**

Самостоятельная работа студентов по курсу «Политические коммуникации в избирательной кампании» играет важную роль в теоретическом и практическом освоении навыков по созданию имиджа. Она предполагает:

1. работу с разнообразными источниками информации;
2. подготовка к тренингам и дискуссиям;
3. работа индивидуально и в малых группах над проектами;
4. написание докладов по обсуждаемым на лекциях и практических занятиях темам;
5. сбор различного рода информации;
6. работа в библиотеках и сайтах Интернета;
7. подготовка выступлений с использованием компьютерных программ;
8. создание презентаций;
9. практический выход на рынок рязанских компаний по изучению и корректировке имиджа.

## 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. См. Фонд оценочных средств

### 4.2. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине

Рейтинговая система не используется.

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 5.1. Основная литература.

№ п/п	Автор(ы), наименование, год и место издания	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В биб-лиотеке	На кафедре
1	Файншмидт, Е.А. Антикризисный PR : учебно-практическое пособие / Е.А. Файншмидт, Т.В. Юрьева, Б.В. Кузнецов. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 118 с. - ISBN 978-5-374-00367-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=90674">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=90674</a> (12.11.2018).	1,2	3	ЭБС	-

### 5.2. Дополнительная литература.

№ п/п	Автор(ы), наименование, год и место издания	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	Старикова, Ю.А. Связи с общественностью (Паблик рилейшнз): Конспект лекций : учебное пособие / Ю.А. Старикова. - Москва : А-Приор, 2010. - 95 с. - ISBN 978-5-384-00373-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=56308">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=56308</a> (12.11.2018).	1,2	3	ЭБС	-
2	Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114546">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114546</a> (12.11.2018).	1,2	3	ЭБС	-
3	Студеникин, Н. PR-защита бизнеса в	1,2	3	ЭБС	-

3	<p>корпоративных войнах: практикум победителя / Н. Студеникин. - Москва : Альпина Паблишерз, 2016. - 384 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9614-1440-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=279189">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=279189</a> (12.11.2018).</p>				
---	---	--	--	--	--

### 5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Бесплатная электронная библиотека [Электронный ресурс]. - Режим доступа – URL: <http://www.readall.ru>
2. Библиотеки в Интернете [Электронный ресурс]. Режим доступа– URL: <http://www.gpntb.ru/win/window/>
3. Биографический словарь [Электронный ресурс]. - Режим доступа– URL: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/biograf2/>
4. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. - Режим доступа – URL: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc3p/>
5. Портал электронной библиотеки – URL: <http://www.ihtik.lib.ru/>
6. Профессиональный PR-портал [SOVETNIK.RU](http://SOVETNIK.RU) – URL: <http://sovetnik.ru/>
7. Университетская библиотека online– URL: <http://www.biblioclub.ru/>  
<http://library.rsu.edu.ru/>
8. Электронная библиотека студента «КнигаФонд» – URL: <http://www.knigafund.ru/>
9. Электронные каталоги. Поиск книг в российских библиотеках [Электронный ресурс]. - Режим доступа : – URL: <http://book.uraic.ru/internet/guide/books.htm>
10. Еженедельник - [Электронный ресурс]. - Режим доступа– URL: <http://www.odwyerpr.com>
11. Журнал PR-Week. [Электронный ресурс]. - Режим доступ– URL: <http://www.prweek.com>
12. Информационный сайт «Все о рекламе» [Электронный ресурс]. - Режим доступа – URL: <http://www.rwr.ru>
13. Американское общество по связям с общественностью (PRSA). [Электронный ресурс]. - Режим доступа – URL: <http://www.prsa.org>
14. Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей (АКОС). [Электронный ресурс]. - Режим доступа – URL: <http://www.akos.newmail.ru>
15. Европейская конфедерация связей с общественностью (CERP). [Электронный ресурс]. - Режим доступа – URL: <http://www.sbj.ac.at/cerp>
16. Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA). [Электронный ресурс]. - Режим доступа – URL: <http://www.ipranet.ru>

17. Международный Комитет Ассоциаций компаний-консультантов в области связей с общественностью (ICCO). [Электронный ресурс]. - Режим доступа – URL: [http:// www.marrtex.co.uk/prca](http://www.marrtex.co.uk/prca)

#### **5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины**

1. Биографический словарь – URL: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/biograf2/> (дата обращения 15.10.2016)
2. Большой энциклопедический словарь – URL: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc3p/> (дата обращения 15.10.2016)
3. Профессиональный PR-портал SOVETNIK.RU. – URL: - <http://sovetnik.ru/> (дата обращения 15.10.2016)
4. Энциклопедический словарь PR и рекламы 700 терминов. / Сост. С. Ильинский. – Электронная книга [Электронный ресурс]. URL: <http://www.frank.deutschesprache.ru>
5. Реклама в России: форум [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.r-wr.ru](http://www.r-wr.ru). (дата обращения: 05.09.2016).
6. Практический копирайтинг и маркетинг: основы, секреты и примеры от Даниила Шардакова [Электронный ресурс]. URL: <http://www.shard-corywriting.ru/> (дата обращения: 25.08.2016).
7. Коллекция имиджевых и рекламных слоганов и логотипов российских и зарубежных компаний [Электронный ресурс]. URL: [http:// www.sentence.ru](http://www.sentence.ru) (дата обращения: 02.08.2016).
8. База слоганов: интернет [Электронный ресурс]. URL: <http://www.textart.ru/baza/slogan/internet> (дата обращения: 05.08.2016).
9. Направления PR-деятельности [Электронный ресурс] // PR-тематический портал. – URL : <http://www.prguru.ru> (дата обращения: 09.10.2016).
10. Рекламные идеи [Электронный ресурс] // Журнал для практиков рекламы и маркетинга. – URL : <http://www.advi.ru> (дата обращения: 22.11.2016).

## **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий:**

- специализированные лекционные аудитории, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения и экраном.

## 6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся:

- видеопроектор, ноутбук, переносной экран

## 6.3. Требования к специализированному оборудованию отсутствуют.

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

*Заполняется только для ФГОС ВПО*

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (социальный брендинг, медиаанализ социального бренда, ценности и атрибуты социального бренда) и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Контрольная работа	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Доклад-презентация	Исследование, интерпретация и демонстрация материала по выбранной проблематике с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой.
Собеседование	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

- применение средств мультимедиа в образовательном процессе (например, презентации, видео);
- возможность консультирования обучающихся преподавателями в любое время и в любой точке пространства посредством сети Интернет.
- Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.
- Интерактивное общение с помощью ICQ и системы vk.com
- Использование слайд-презентаций при проведении практических занятий.

## **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ЛИЦЕНЗИОННОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ)**

Название ПО	№ лицензии
MS Office 2010 Russian acdmc open	61090918
MS Windows Server CAL 2008	45506769
MS Windows Terminal Svcs CAL 2008	45777620
LibreOffice	свободно распространяемая
7-zip	свободно распространяемая
FastStoneImageViewer	свободно распространяемая
FoxitReader	свободно распространяемая
doPdf	свободно распространяемая
VLC media player	свободно распространяемая
ImageBurn	свободно распространяемая
DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемая

## Приложение 1

### ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ АНТИКРИЗИСНЫЙ PR

#### *Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине для промежуточного контроля успеваемости*

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)	Наименование оценочного средства
1.	Понятие PR. Определения PR. Принципы и функции PR.	ОК-1; ОПК-1; ПК-6;	Зачет
2.	Общественность в сфере PR. PR в системе маркетинга. PR в системе менеджмента.	ОК-1; ОПК-1; ПК-6;	Зачет
3.	PR в системе антикризисного управления.	ОПК-1; ПК-6; ПК-7;	Зачет
4.	PR и пропаганда.	ОПК-1; ПК-6;	Зачет
5.	Паблицити.	ОПК-1; ПК-6; ПК-7;	Зачет
6.	Специфика содержания и функций антикризисных PR.	ПК-7	Зачет
7.	Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития антикризисных PR как профессии и отрасли бизнеса.	ОК-1; ОПК-1; ПК-6;	Зачет
8.	Роль антикризисных PR в современном обществе и рыночной экономике.	ОПК-1; ПК-6;	Зачет
9.	Основные профессиональные термины и понятия; принципы, классификация услуг, функции специалиста по антикризисным PR, профессиональные требования к специалисту.	ОПК-1; ПК-6;	Зачет
10.	Природа социального конфликта. Типология кризисов и конфликтов. «Жизненные» циклы кризиса.	ОК-1; ПК-6; ПК-7;	Зачет
11.	Коммуникации как источник конфликта.	ОПК-1; ПК-6; ПК-7;	Зачет
12.	Коммуникации как процесс с обратной связью.	ОПК-1; ПК-6; ПК-7;	Зачет
13.	Механизм искажения информации. «Барьеры» коммуникаций.	ОПК-1; ПК-6;	Зачет
14.	Особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса.	ПК-6; ПК-7;	Зачет
15.	Правила поведения в кризисной ситуации: подготовка к возможному кризису, выбор средств их предотвращения, определение	ОПК-1; ПК-6; ПК-7;	Зачет

	конкретной стратегии и тактики на случай кризиса, формирование антикризисной команды, создание эффективных каналов связи с общественностью, проверка исполнения всех принятых решений.		
16.	Регулирование и разрешение социальных кризисов и конфликтов: определение основных понятий – регулирование, разрешение, управление, предотвращение, минимизация последствий.	ОПК-1; ПК-6;	Зачет
17.	Этапы и последовательность оптимального урегулирования конфликтов.	ОПК-1; ПК-6;	Зачет
18.	Структурирование конфликтующих групп.	ОПК-1; ПК-6; ПК-7;	Зачет
19.	Анализ основных форм регулирования и разрешения конфликтов.	ОПК-1; ПК-6;	Зачет
20.	Проблема предупреждения и предотвращения конфликтов. Информационное противоборство в конфликте.	ОПК-1; ПК-6;	Зачет

## ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОК-1	Способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	<b>ЗНАТЬ</b>	
		Способы разрешения конфликтных ситуаций,	ОК-1 31
		методику проведения антикризисных кампаний на гуманистической основе	ОК-1 32
		технику проведения антикризисных кампаний на гуманистической основе	ОК-1 33
		<b>УМЕТЬ</b>	
		Планировать и организовывать рекламные	ОК-1 У1
		агитационно-пропагандистские, информационные, антикризисные кампании,	ОК-1 У2
		способы решения различных коммуникационных задач	ОК-1 У3
		<b>ВЛАДЕТЬ</b>	
		Необходимыми знаниями и навыками для выполнения функций кризис-менеджера, пресс-секретаря, менеджера коммуникационной	ОК-1 В1

		структуры, эксперта, консультанта, референта в государственных и общественных учреждениях и организациях, коммерческих структурах по вопросам массовой информации и деловой коммуникации, общественных связей, гуманитарных технологий	
ОПК-1	Способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	ЗНАТЬ	
		Общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, ,	ОПК-1 31
		определение восприятия ЦА реальности	ОПК-1 32
		способы разрешения конфликтных ситуаций	ОПК-1 33
		УМЕТЬ	
		Анализировать кризисные ситуации,	ОПК-1 У1
		оперативно принимать решения,	ОПК-1 У2
		использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов	ОПК-1 У3
		ВЛАДЕТЬ	
Навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития.	ОПК-1 В1		
ПК-6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.	ЗНАТЬ	
		Теоретические основы разработки правильных путей и средств в принятии необходимых решений,	ПК-6 31
		психологии и этику делового общения;	ПК-6 32
		структуру департамента, службы или отдела по связям с общественностью	ПК-6 33
		УМЕТЬ	
		Осуществлять выбор управленческого решения,	ПК-6 У1
		использовать при разработке управленческих решений научные подходы,	ПК-6 У2
		оценивать эффективность принятого управленческого решения	ПК-6 У3
		ВЛАДЕТЬ	
Принципами освоения основных	ПК-6 В1		

		этических норм, регулирующих профессиональную деятельность в сфере социального брендинга	
<b>ПК-7</b>	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	<b>ЗНАТЬ</b>	
		Типология управленческих решений,	ПК-7 З1
		основы управления управленческой деятельностью;	ПК-7 З2
		управление человеческими ресурсами (производительность, активизация знаний и умений)	ПК-7 З3
		<b>УМЕТЬ</b>	
		Формулировать цели проектной деятельности,	ПК-7 У1
		разрабатывать план проекта,	ПК-7 У2
		выявлять критерии качества и эффективности проектов	ПК-7 У3
		<b>ВЛАДЕТЬ</b>	
Приемами проведения маркетинговых исследований с целью анализа целевых аудиторий и позиционирования бренда.	ПК-7 В1		

### **КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (Зачет)**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)
1.	Понятие PR. Принципы и функции PR.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
2.	Общественность в сфере PR. PR в системе маркетинга. PR в системе менеджмента.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
3.	PR в системе антикризисного управления.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
4.	PR и пропаганда.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
5.	Паблицити.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
6.	Специфика содержания и функций антикризисных PR.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1

7.	Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития антикризисных PR как профессии и отрасли бизнеса.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
8.	Роль антикризисных PR в современном обществе и рыночной экономике.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
9.	Основные профессиональные термины и понятия; принципы, классификация услуг, функции специалиста по антикризисным PR, профессиональные требования к специалисту.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
10.	Природа социального конфликта. Типология кризисов и конфликтов. «Жизненные» циклы кризиса.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
11.	Коммуникации как источник конфликта.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
12.	Коммуникации как процесс с обратной связью.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
13.	Механизм искажения информации. «Барьеры» коммуникаций.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
14.	Особенности психологического восприятия информации в условиях кризиса.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
15.	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.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
16.	Регулирование и разрешение социальных кризисов и конфликтов: определение основных понятий – регулирование, разрешение, управление, предотвращение, минимизация последствий.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
17.	Этапы и последовательность оптимального урегулирования конфликтов.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
18.	Структурирование конфликтующих групп.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
19.	Анализ основных форм регулирования и разрешения конфликтов.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3;

		В1
20.	Проблема предупреждения и предотвращения конфликтов. Информационное противоборство в конфликте.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
21.	Управление кризисными ситуациями.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
22.	Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
23.	Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
24.	Внутренняя и внешняя среда организации.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1
25.	Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий в условиях кризиса.	ОК-1 31, 32, 33; У1, У2, У3; В 1; ОПК-1 31, 32, 33; У 1, У2, У3; В1; ПК-6 31, 32, 33; У1, У2, У3; В1

## ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

### (Шкалы оценивания)

В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций, формируемых на учебных занятиях по дисциплине Антикризисный PR (Таблица 2.5 рабочей программы дисциплины (модуля)).

**«зачтено»** - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

**«не зачтено»** - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.