

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.06.2022 16:38:03
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae16e

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.02.22.04 Кризисные коммуникации

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Связи с общественностью

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2022 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины Б1.О.02.22.04 «Кризисные коммуникации» – получить основополагающее представление о содержании кризисных коммуникаций, основных теоретических подходах к их исследованию, принципах наиболее оптимального использования теоретических концепций относительно планирования и реализации действий по ликвидации кризисной ситуации применительно к оперативной деятельности организации, а также раскрыть возможности рекламных и PR-технологий в преодолении кризисов.

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания курса решаются следующие задачи:

- понять природу современных связей с общественностью;
- изучить современные принципы антикризисного управления;
- выявлять и анализировать основные стратегии и тактики антикризисных PR-кампаний;
- раскрыть особенности восприятия кризисных ситуаций;
- сформировать представление о способах планирования и организации кризисных PR-кампаний;
- дать сравнительную оценку различным вариантам планов коммуникации в условиях кризисной ситуации;
- проанализировать влияние всех компонентов коммуникативного процесса на эффективность коммуникации;
- приобрести знания и практические навыки планирования и осуществления комплекса мероприятий в рамках кризисной коммуникации;
- научить студентов применять различные методы решения организационных, технологических и других проблем в ходе проведения PR-кампаний в условиях кризисных ситуаций.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.О.02.22.04 «Кризисные коммуникации» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПС 06.009 Специалист по	ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.
		ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	<p>продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).</p>	<p>мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций.</p>
ПК-2	<p>Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).</p>	<p>ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.</p> <p>ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.</p>
ПК-4	<p>Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)</p>	<p>ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и</p>

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.О.02.22.04 «Кризисные коммуникации» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.О.02.22.04 «Кризисные коммуникации».

Рабочая программа дисциплины Б1.О.02.22.04 «Кризисные коммуникации» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	Введение в специальность. Основы теории коммуникации. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности. Спичрайтинг. Теория и практика массовой информации. Продюсирование в коммуникационной	Преддипломная практика.

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	<p>деятельности.</p> <p>Введение в лингвомаркетинг. Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Нейромаркетинг. Основы маркетинга. Основы контент-маркетинга. Основы теории коммуникации. Событийный маркетинг. Теория и практика массовой информации.</p>	Преддипломная практика.
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	<p>Основы маркетинга. Основы менеджмента. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности. Информационные технологии в рекламе и PR. PR в современном мире. Теория и практика массовой информации. Технологии PR-мероприятий. Технологии производства в рекламе и связях с общественностью.</p>	Преддипломная практика.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.О.02.22.04 «Кризисные коммуникации» составляет 3 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2	3...	7	
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34	-	-	-	34	
в том числе:						
Лекции (ЛК)	17	-	-	-	17	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17	-	-	-	17	
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	47	-	-	-	47	
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	27	-	-	-	27	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	-	-	-	108
	зач.ед.	3	-	-	-	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. ТЕОРИЯ КРИЗИСНОГО PR.	<i>Тема 1. Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия. Понятие «репутационный риск». Понятие «репутационный риск». Кризис репутации. Расхождение между репутацией и реальностью.</i>	ЛК, СЗ
	<i>Тема 2. Содержание антикризисного PR. Антикризисная стратегия. Управление кризисом. Разработка кризисного плана коммуникаций. Ресурсы антикризисного PR. Блокирование потока негативной информации.</i>	ЛК, СЗ
	<i>Тема 3. Практические аспекты антикризисного PR. Взаимодействие со СМИ в антикризисный период. Разработка и реализация кризисного плана действий.</i>	ЛК, СЗ
Раздел 2. ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ АНТИКРИЗИСНОГО PR.	<i>Тема 4. Принципы взаимодействия со СМИ. Особенности кризисных коммуникаций. Правила работы со СМИ в области антикризисного PR. Порядок и очередность мероприятий PR-менеджеров в работе со СМИ в антикризисный период.</i>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<i>Тема 5. Принципы и методы организации антикризисного PR. Прогнозируемые и непрогнозируемые кризисы. Типичные ошибки в действиях в кризисных ситуациях. Значение фактора времени. Упредительный антикризисный PR. Разработка антикризисной программы.</i>	ЛК, СЗ
	<i>Тема 6. Антикризисный PR в процедурах банкротства. Особенности процедуры банкротства в России. Процесс диагностирования в системе управления предприятием. Формы и методы антикризисного PR при банкротстве.</i>	ЛК, СЗ
Раздел 3. ПРАКТИКА АНТИКРИЗИСНОГО PR.	<i>Тема 7. Особенности антикризисного PR в практике отечественного бизнеса. Имиджевая составляющая в бизнесе. Позитивные и негативные моменты развития отечественного бизнеса с точки зрения антикризисного пиара. Специфика принятия антикризисных мер в бизнесе.</i>	ЛК, СЗ
	<i>Тема 8. Использование технологий черного PR в кризисных ситуациях. Принципы создания негативного имиджа. Управление слухами и другие манипуляции. Создание условий для лоббирования и конкурентной борьбы. Особенности организации связи с общественностью при использовании технологий черного PR.</i>	ЛК, СЗ
	<i>Тема 9. Мировая практика антикризисного PR и связи с общественностью. Опыт США и ЕС в деятельности организаций по связи с общественностью в кризисной ситуации. Отечественный опыт работы в критических ситуациях, в том числе в зоне военных конфликтов и повышенного риска.</i>	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
		ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной настольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Антикризисное управление: теория и практика: учебное пособие / под ред. В.Я. Захарова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити, 2018. – 320 с.: схем., табл, ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682345>

2. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2017. - 159 с. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0717-5. - ISBN 978-5-7567-0819-6: 220.00.

<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

3. Шевченко Д.А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере: учебник: / Д.А. Шевченко. – М.: Директ-Медиа, 2022. – 166 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686475>

Дополнительная литература:

1. Анцупов А. Словарь конфликтолога / А. Анцупов, А. Шипилов – М.: Эксмо, 2010.

2. Гришина Н.В. Психология конфликта / Н.В. Гришина. – СПб.: Питер, 2007.

3. Конфликтология: учебник / А.Я. Кибанов, И.В. Ворожейкин, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалов. –2-е изд. перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008.

4. Некрасова А.Н. Конфликтология. Конфликты в организациях [Электронный ресурс]: учеб. пособие/ А.Н. Некрасова. – М.: Миит, 2008 // ЭБС «Книгафонд». – Режим доступа: <http://www.knigafund.ru>.

5. Политическая конфликтология: учеб. пособие / под ред. С. Ланцова. – СПб.: Питер, 2008.

6. Файншмидт Е.А. Антикризисный PR: учебно-практическое пособие / Е.А. Файншмидт, Т.В. Юрьева, Б.В. Кузнецов. - М.: Евразийский открытый институт, 2010. - 118 с. - ISBN 978-5-374-00367-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=9067/>

7. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2014. - 324 с. - ISBN 978-5-394-00792-7. http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn_FindDoc&id=475569&idb=0

8. PR: теория и практика: учебник / Д.Е. Баранов, Е.В. Демко, М.А. Лукашенко и др.; под ред. М.А. Лукашенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. - 352 с.: ил., табл. - (Университетская серия). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4257-0091-9/ [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=252896>

9. Prof. Patrick de Pelsmacker. Advertising in New Formats and Media: Current Research and Implications for Marketers. Publisher: Emerald. 2016.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- базы данных Ассоциации менеджеров России;

- база данных по бизнесу и экономике Business Source Complete;

- информационные библиографические базы данных ИНИОН РАН;

- книжные коллекции издательства «SPRINGER»;

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине Б1.О.02.22.04 «Кризисные коммуникации».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.О.02.22.04 «Кризисные коммуникации» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Кризисные коммуникации» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, 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, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН: <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=8305#section-0>.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета

Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

«__» _____ 20__ г.,

протокол № _____

Заведующий кафедрой

_____ Н.В. Трубникова

(подпись)

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

«Кризисные коммуникации»

(42.03.01) «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Связи с общественностью»

Квалификация «бакалавр»

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Кризисные коммуникации»

Направление: *(42.03.01) Реклама и связи с общественностью*

Код индикатора контролируемой компетенции	Контролируемый раздел дисциплины	Контролируемая тема дисциплины	ФОСы (формы контроля уровня освоения дисциплины)				Баллы темы	Баллы раздела
			Аудиторная работа		Самостоятельная работа	Итоговый тест (аттестационное испытание) / контрольная работа		
			Контрольная работа	Работа на занятии: конспект лекций	Реферат			
ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3	ТЕОРИЯ КРИЗИСНОГО PR	Тема 1. Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия. Понятие «репутационный риск».	3	3	4	4	14	40
		Тема 2. Содержание антикризисного PR.	3	3	4	4	14	
		Тема 3. Практические аспекты антикризисного PR.	2	2	4	4	12	
ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-4.1;	ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ АНТИКРИЗИСН	Тема 4. Принципы взаимодействия со СМИ.	2	2	3	3	10	30
		Тема 5. Принципы и методы организации антикризисного PR.	2	2	3	3	10	

ПК-4.2; ПК-4.3		Тема 6. Антикризисный PR в процедурах банкротства.	2	2	3	3	10	
ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3	ПРАКТИКА АНТИКРИЗИСНОГО PR	Тема 7. Особенности антикризисного PR в практике отечественного бизнеса.	2	2	3	3	10	30
		Тема 8. Использование технологий черного PR в кризисных ситуациях.	2	2	3	3	10	
		Тема 9. Мировая практика антикризисного PR и связи с общественностью.	2	2	3	3	10	
		Всего:	20	20	30	30	100	100

Балльно-рейтинговая система оценки знаний по дисциплине

Система оценки знаний по дисциплине осуществляется по 100-балльной системе и включает оценку учебной деятельности студента по следующим параметрам:

- контрольная работа;
- работа на занятии: конспект лекций;
- реферат;
- выполнение итоговой аттестации (тест)/контрольная работа.

100 баллов, которые за семестр может набрать студент, распределяются следующим образом:

№ п/п	ВИД УЧЕБНОЙ НАГРУЗКИ	БАЛЛЫ
1.	Контрольная работа	20 баллов
2.	Работа на занятии: конспект лекций	20 баллов
3.	Реферат	30 баллов
4.	Итоговое аттестационное испытание по дисциплине (тест)/контрольная работа	30 баллов
	Всего:	100 баллов

В процессе освоения Программы применяются следующие виды контроля: текущий, рубежный, промежуточный.

Текущий контроль проводится в форме контрольной работы.

Рубежный контроль осуществляется с помощью реферата. Результат рубежной аттестации выражается количеством баллов, набранных студентом.

Промежуточный контроль проводится в форме экзамена и контрольной работы с целью проверки уровня полученных знаний. Максимальная оценка за промежуточную аттестацию – 30 баллов.

Условия прохождения курса и получения экзамена

Уровень освоения студентами дисциплины, в целом, соответствует оценкам по традиционной шкале оценок и по шкале ECTS (A(5+); B(5); C(4); D(3+); E(3); FX(2+); F(2)).

Соответствие систем оценок (используемых ранее оценок итоговой академической успеваемости, оценок ECTS и балльно-рейтинговой системы оценок текущей успеваемости).

Баллы БРС	Традиционные оценки РФ	Оценки ECTS
95 – 100	Отлично – 5	A (5+)
86 – 94		B (5)
69 – 85	Хорошо – 4	C (4)
61 – 68	Удовлетворительно – 3	D (3+)
51 – 60		E (3)
31 – 50	Неудовлетворительно – 2	FX (2+)
0 – 30		F (2)
51 - 100	Зачет	Passed

Описание оценок ECTS

A	“Отлично” – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
B	“Очень хорошо” – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному.
C	“Хорошо” – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
D	“Удовлетворительно” – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.
E	“Посредственно” – теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо

	качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.
FX	“Условно неудовлетворительно” – теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий.
F	“Безусловно неудовлетворительно” – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий.

Положительными оценками, при получении которых курс засчитывается обучаемому в качестве пройденного, являются оценки А, В, С, D и E.

1. Раздел дисциплины «Кризисные коммуникации» считается освоенным, если студент набрал более 50 % от возможного числа баллов по этому разделу.
2. Студент не может быть аттестован по дисциплине, если он не освоил все темы и разделы дисциплины, указанные в сводной оценочной таблице дисциплины.
3. По решению преподавателя и с согласия студентов, не освоивших отдельные разделы (темы) изучаемой дисциплины, в течение учебного семестра могут быть повторно проведены мероприятия текущего контроля успеваемости или выданы дополнительные учебные задания по этим темам или разделам. При этом студентам за данную работу засчитывается минимально возможный положительный балл (51 % от максимального балла).
4. При выполнении студентом дополнительных учебных заданий или повторного прохождения мероприятий текущего контроля, полученные им баллы засчитываются за конкретные темы. Итоговая сумма баллов не может превышать максимального количества баллов, установленного по данным темам (в соответствии с приказом Ректора № 564 от 20.06.2013). По решению преподавателя предыдущие баллы, полученные студентом по учебным заданиям, могут быть аннулированы.
5. График проведения мероприятий текущего контроля успеваемости формируется в соответствии с календарным планом курса. Студенты обязаны сдавать все задания в сроки, установленные преподавателем.
6. Время, которое отводится студенту на выполнение мероприятий текущего контроля успеваемости, устанавливается преподавателем.
7. Использование источников (в том числе конспектов лекций) во время выполнения контрольных мероприятий не разрешается.

8. Отсрочка в прохождении мероприятий текущего контроля успеваемости считается уважительной только в случае болезни студента, что подтверждается наличием у него медицинской справки, заверенной круглой печатью в поликлинике № 25, предоставляемой преподавателю не позднее двух недель после выздоровления. В этом случае выполнение контрольных мероприятий осуществляется после выздоровления студента в срок, назначенный преподавателем. В противном случае, причина отсутствия студента на контрольном мероприятии признается неуважительной.
9. Студент допускается к итоговому контролю знаний с любым количеством баллов, набранных в семестре, но при условии, что у студента имеется теоретическая возможность получить за весь курс не менее 31 балла.
10. По результатам итогового контроля знаний (теста) студент может набрать максимально 30 баллов.
11. Если в итоге за семестр студент получил менее 31 балла, то ему выставляется оценка F и студент должен повторить эту дисциплину в установленном порядке. Если же в итоге студент получил 31-50 баллов, т. е. FX, то студенту разрешается добор необходимого (до 51) количества баллов путем повторного одноразового выполнения предусмотренных контрольных мероприятий, при этом по усмотрению преподавателя аннулируются соответствующие предыдущие результаты.
12. Ликвидация задолженностей проводится в период, установленный деканатом ИМЭБ.

1. Комплект примерных тестовых заданий для проведения итоговой аттестации по дисциплине «Кризисные коммуникации»

ИНСТИТУТ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА

Примеры тестовых заданий

1. Антикризисный PR – это:

- а) комплекс мероприятий по прогнозированию, недопущению или преодолению кризиса репутации;**
- б) комплекс действий по устранению слухов;
- в) действия по противодействию «черной рекламы»;
- г) действия по прогнозированию последствий скрытого PR.

2. Одно из важнейших направлений антикризисного PR:

- а) создание рекламы;
- б) создание репутации;
- в) поддержание имиджа;**
- г) создание обстановки расположенности.

3. Сэм Блэк, один из основоположников института PR в Великобритании, разделял все кризисы на 2 вида:

- а) «известное неизвестное» (ИН) и «неизвестное неизвестное» (НН);**
- б) «странное, не странное» и «не странное странное»;
- в) «фальшивое, не фальшивое» и «нефальшивое фальшивое»;
- г) «проблемное, не проблемное» и «не проблемное проблемное».

4. Типология Скотта Катлипа (критерий - динамика протекания кризиса):

- а) спонтанные, создаваемые;
- б) неожиданные кризисы, назревающие, непрерывные;**

- в) фальшивые, пустые;
- г) нужные, ожидаемые.

5. К возникновению кризиса на уровне хозяйствующих субъектов приводят различные факторы:

- а) внешние факторы, внутренние факторы, информационные факторы;
- б) rg-факторы;
- в) спонтанные факторы;
- г) ожидаемые факторы.

Критерии оценки итоговой тестовой работы (экзамена)

В рамках экзамена может быть проверена сформированность всех компетенций дисциплины (в зависимости от вопроса).

К комплекту тестовых вопросов прилагаются разработанные преподавателем и утвержденные на заседании кафедры критерии оценки по дисциплине.

Экзамен является заключительным этапом процесса формирования компетенций студента при изучении дисциплины или её части и имеет целью проверку и оценку знаний студентов по теории и применению полученных знаний, умений и навыков.

Экзамен проводится по расписанию, в сроки, предусмотренные календарным графиком учебного процесса. Расписание промежуточного контроля доводится до сведения студентов не менее чем за две недели до начала экзаменационной сессии.

Студент получает 30 вопросов из базы данных (или в письменной форме). При тестировании в ТУИС набор вопросов формируется случайным образом.

Максимальная оценка за промежуточную тестовую работу (экзамен) – 30 баллов.

Результат экзамена выражается количеством правильно отвеченных вопросов и оценивается количеством баллов, набранных студентом.

Критерии оценки:

Каждый вопрос содержит один верный ответ.

Верные ответы оцениваются в 1 балл.

Неверные ответы оцениваются в 0 баллов.

Максимальная оценка за тест — 30 баллов.

Компетенции:

Тестовые задания направлены на проверку «информационной» составляющей указанных в паспорте ФОС компетенций и характеризуют степень сформированности знаний по разделам дисциплины.

2. Список примерных тем для подготовки рефератов по дисциплине «Кризисные коммуникации»

1. Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия.
2. Сущность понятия «репутационный риск».
3. Антикризисная стратегия.
4. Разработка кризисного плана коммуникаций.
5. Ресурсы антикризисного PR.
6. Блокирование потока негативной информации.
7. Взаимодействие со СМИ в антикризисный период.
8. Разработка и реализация кризисного плана действий.
9. Особенности кризисных коммуникаций.
10. Правила работы со СМИ в области антикризисного PR.
11. Порядок и очередность мероприятий PR-менеджеров в работе со СМИ в антикризисный период.
12. Прогнозируемые и непрогнозируемые кризисы.
13. Типичные ошибки в действиях в кризисных ситуациях.
14. Упредительный антикризисный PR.
15. Разработка антикризисной программы.
16. Особенности процедуры банкротства в России.
17. Формы и методы антикризисного PR при банкротстве.
18. Особенности антикризисного PR в практике отечественного бизнеса.
19. Позитивные и негативные моменты развития отечественного бизнеса с точки зрения антикризисного пиара. Специфика принятия антикризисных мер в бизнесе.
20. Использование технологий черного PR в кризисных ситуациях.

Компетенции:

Реферат направлен на проверку «информационной» составляющей указанных в паспорте ФОС компетенций и характеризуют степень сформированности знаний по разделам дисциплины.

Критерии оценки

Реферат оценивается от 0 до 30 баллов:

Критерии оценки	Баллы		
	Ответ не соответствует критерию	Ответ частично соответствует критерию	Ответ полностью соответствует критерию
Реферат выполнен в срок	0	-	3
Реферат логично выстроен, четко структурирован, объем соответствует требуемому	0	-	3
Реферат оформлен в соответствии с требованиями	0	-	3
Студентом корректно оформлены заимствования	0	-	3
В реферате указана актуальная информация	0	1,5	3
Студентом представлены объективные проверенные научные источники информации	0	1,5	3
Студентом представлены относительно глубокие суждения и выводы	0	1	2
Реферат отражает основные идеи, сформулированные в источниках	0	1	2
Студент сопоставляет данные нескольких источников, выявляет связи между ними, проводит сравнение, обобщение, классификацию	0	1	2
Студент представляет информацию кратко и информативно	0	1	2
Студент использует собственные формулировки для представления информации	0	1	2
Формулировки студента не искажают смыслы, изложенные в источниках	0	1	2

3. Комплект примерных вопросов для проведения текущей и промежуточной контрольной работы по дисциплине «Кризисные коммуникации»

ИНСТИТУТ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА

Экономического факультета

1. Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия. Понятие «репутационный риск».
2. Антикризисная стратегия. Управление кризисом. Разработка кризисного плана коммуникаций.
3. Ресурсы антикризисного PR. Блокирование потока негативной информации.
4. Взаимодействие со СМИ в антикризисный период. Разработка и реализация кризисного плана действий.
5. Особенности кризисных коммуникаций. Правила работы со СМИ в области антикризисного PR.
6. Порядок и очередность мероприятий PR-менеджеров в работе со СМИ в антикризисный период.
7. Прогнозируемые и непрогнозируемые кризисы. Типичные ошибки в действиях в кризисных ситуациях. Значение фактора времени.
8. Упредительный антикризисный PR. Разработка антикризисной программы.
9. Особенности процедуры банкротства в России. Процесс диагностирования в системе управления предприятием. Формы и методы антикризисного PR при банкротстве.
10. Имиджевая составляющая в бизнесе. Позитивные и негативные моменты развития отечественного бизнеса с точки зрения антикризисного пиара.
11. Специфика принятия антикризисных мер в бизнесе.
12. Принципы создания негативного имиджа. Управление слухами и другие манипуляции.
13. Создание условий для лоббирования и конкурентной борьбы.
14. Особенности организации связи с общественностью при использовании технологий черного PR.
15. Опыт США и ЕС в деятельности организаций по связи с общественностью в кризисной ситуации.
16. Отечественный опыт работы в критических ситуациях, в том числе в зоне военных конфликтов и повышенного риска.

Критерии оценки текущей контрольной работы

Контрольная работа проводится по расписанию в сроки, предусмотренные календарным графиком учебного процесса.

Студент получает 4 вопроса.

Каждый вопрос оценивается от 0 до 5 баллов. Максимальная оценка за контрольную работу – 20 баллов.

Результат контрольной работы выражается количеством правильно отвеченных вопросов и оценивается количеством баллов, набранных студентом.

Баллы	Критерий оценки
0	Обучающийся не ответил на вопрос или ответ полностью неверен.
2,5	Обучающийся дал верный, достаточно полный ответ, раскрывающий основные положения вопроса.
5	Обучающийся дал верный, развернутый, четкий и хорошо структурированный ответ, полностью раскрывающий вопрос.

Компетенции:

Контрольная работа направлена на проверку «информационной» составляющей указанных в паспорте ФОС компетенций и характеризуют степень сформированности знаний по разделам дисциплины.

Критерии оценки промежуточной контрольной работы

Промежуточная контрольная работа проводится по расписанию в сроки, предусмотренные календарным графиком учебного процесса.

Студент получает 4 вопроса.

При правильных ответах на вопросы контрольной работы студент допускается до итогового аттестационного испытания (тест).

4. Критерии оценки конспектов лекций по дисциплине «Кризисные коммуникации»

Максимальное количество баллов – 20.

Темы 1, 2 оцениваются в 3 балла за конспект одной лекции по 1 теме.

Техническая оценка	Соответствие содержания теме	1 балл
	Адекватность фиксации материала	1 балл
Оценка содержания	Все ли тезисы лекции	1 балл

	отражены в конспекте	
--	----------------------	--

Темы 3 – 9 оцениваются в 2 балла за конспект одной лекции 1 темы.

Техническая оценка	Соответствие содержания теме	0,5 балла
	Адекватность фиксации материала	0,5 балла
Оценка содержания	Все ли тезисы лекции отражены в конспекте	1 балл

Компетенции:

Конспект лекций направлен на проверку «информационной» составляющей указанных в паспорте ФОС компетенций и характеризуют степень сформированности знаний по разделам дисциплины.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

зав. каф. рекламы и бизнес-ком.



Трубникова Н.В.

Наименование БУП	Подпись	Фамилия И.О.
------------------	---------	--------------

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

зав. каф. рекламы и бизнес-ком.



Трубникова Н.В.

Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.
----------------	---------	--------------