

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

Ярославский филиал Финуниверситета

**Кафедра «Государственное и муниципальное управление и ме-
диакommunikации»**

СОГЛАСОВАНО
Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров



«11» июня 2024 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша



«18» июня 2024 г.

Автор: И.В. Шустина

АНТИКРИЗИСНЫЙ PR и GR

Рабочая программа дисциплины
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.05 «Медиакоммуникации»,
профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»
(очная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 14 от 18.06.2024)*

*Одобрено кафедрой «Государственное и муниципальное управление и медиа-
коммуникации»
(протокол № 11 от 11.06.2024)*

Ярославль 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины.....	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)	4
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Учебно-тематический план	4
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	7
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	8
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	8
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	10
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	12
7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы.....	12
7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний	12
7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.....	17
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	17
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	18
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	18
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	19
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	19

1. Наименование дисциплины

Дисциплина Б.1.2.2.2.4.3. Антикризисный PR и GR

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Дисциплина «Антикризисный PR и GR» обеспечивает формирование следующих компетенций.

Таблица 1 – Структура планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесённые с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	<i>Знает:</i> законы и правила построения коммуникации с учетом ситуации общения <i>Умеет:</i> анализировать профессиональную коммуникацию с учетом специфики целевой аудитории
		2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании и медиапроектов (или) иных коммуникационных продуктов	<i>Знает:</i> основные способы определения психографического и демографического портрета целевой аудитории <i>Умеет:</i> выстраивать профессиональную коммуникацию с учетом особенностей адресата
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	<i>Знает:</i> социально приемлемые способы и приемы обобщения и систематизации PR информации, постановки цели, методов достижения целей <i>Умеет:</i> критически анализировать важную для принятия решений информацию, ставить цели профессиональной деятельности, выбирать оптимальные пути и методы их достижения
		2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации	<i>Знает:</i> особенности регулирования профессиональной деятельности с помощью законов и профессионально-этических кодексов <i>Умеет:</i> критически анализировать важную для принятия решений информацию и учитывать требования этических кодексов при постановке целей профессиональной деятельности, выбора оптимальных путей и методов их достижения

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Антикризисный PR и GR» является дисциплиной модуля «Управление коммуникациями в постиндустриальном обществе» цикла профиля (элективный) части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы по направлению 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии», очная форма обучения.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)

Таблица 2 – Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр (модуль) 7 в (часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	23.е./72 ч.	72
<i>Контактная работа – Аудиторные занятия</i>	34	34
<i>Лекции</i>	16	16
<i>Семинары, практические занятия</i>	18	18
<i>Самостоятельная работа</i>	38	38
Вид текущего контроля		Домашнее творческое задание
Вид промежуточной аттестации		Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия

Репутация как актив организации и как условие ведения бизнеса. Концепция заинтересованных лиц организации. Репутация организации в восприятии различных заинтересованных лиц. Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия. Причины кризисов репутации. Роль СМИ в развитии кризисов репутации. Специфический характер спектра вовлеченности заинтересованных лиц в различные кризисы организации.

Тема 2. Понятия и принципы антикризисного PR

Понятия и термины антикризисного PR. Внутренний антикризисный PR. Внешний антикризисный PR. Принципы упреждения, срочности, честности в антикризисном PR. Принцип отказа от «страусиной политики» в антикризисном PR. Возможность и необходимость планирования антикризисного PR. Роль различных уровней руководства организации в антикризисном PR.

Этапы антикризисного PR: прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий антикризисного PR; упреждение, нейтрализация кризиса; по-

слекризисные мероприятия. Содержание различных этапов антикризисного PR.

Тема 3. Практика антикризисного PR и отношения со СМИ в антикризисном PR

Прогнозирование и планирование антикризисного PR на основе ранжированного перечня рисков организации. Методы разработки планов антикризисного PR. Содержание планов антикризисного PR. Планирование сообщений во времени, разным адресатам (заинтересованным лицам), по разным информационным каналам в отношении различных кризисов организации. Шаблоны сообщений. Распределение ролей при реализации мероприятий антикризисного PR.

Правовые основы взаимоотношений со СМИ. Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ. Методы борьбы с рейдерскими атаками с использованием СМИ.

Тема 4. Принципы и методы организации антикризисного PR

Практика использования сторонних специалистов (консультантов) для разработки и реализации программ антикризисного PR. Механизм создания и функционирования подразделения по антикризисному PR в организации. Принципы, методы и содержание работы подразделения антикризисного PR.

Тема 5. Антикризисный PR в процедурах банкротства

Современное отношение общественного мнения к системе несостоятельности и к процедурам банкротства в России. Соотношение форм и методов антикризисного PR с положениями законодательства о несостоятельности. Специфика антикризисного PR в процедурах банкротства: проблемы финансирования, организации, реализации. Адресаты антикризисного PR в процедурах банкротства. Антикризисный PR в процедуре наблюдения. Антикризисный PR в процедуре финансового оздоровления. Антикризисный PR во внешнем управлении. Антикризисный PR в конкурсном производстве.

Тема 6. Организация работы GR-подразделения в компании.

Теории GR и лоббизма Профессиональные навыки и знания GR-специалиста. Организация работы GR-подразделения в компании. Оценка эффективности работы GR-департамента и GR-специалиста.

Тема 7. Функциональные аспекты GR-менеджмента

Функциональные аспекты GR-менеджмента. Институты и механизмы продвижения интересов бизнеса в процессе взаимодействия с властью. Социальная ответственность бизнеса. Региональные аспекты использования GR-технологий.

Тема 8. Бизнес-ассоциации в системе взаимодействия бизнеса с властью

Бизнес-ассоциации в системе взаимодействия бизнеса с властью. Региональные ассоциации предпринимателей и их взаимодействие с властью.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 3 – Содержание учебно-тематического плана изучения дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успевае- мости
		Всего	Аудиторная работа				Само- стоя- тельная работа	
			Об- щая	Лекции	Семи- нары и практи- ческие занятия	Занятия в интерактив- ных формах		
1	Тема 1. Кризис ре- путации: сущность, причины, меха- низм, последствия	8	4	2	2	2	4	Опрос, выполне- ние зада- ний
2	Тема 2. Понятия и принципы анти- кризисного PR	8	4	2	2	2	4	Опрос, выполне- ние зада- ний
3	Тема 3. Практика антикризисного PR и отношения со СМИ в антикри- зисном PR	12	6	2	4	2	6	Опрос, выполне- ние зада- ний
4	Тема 4. Принципы и методы органи- зации антикризис- ного PR	8	4	2	2	2	4	Опрос, выполне- ние зада- ний
5	Тема 5. Антикри- зисный PR в про- цедурах банкрот- ства	10	4	2	2	2	6	Опрос, выполне- ние зада- ний
6	Тема 6. Организа- ция работы GR- подразделения в компании.	8	4	2	2	2	4	Опрос, выполне- ние зада- ний
7	Тема 7. Функцио- нальные аспекты GR-менеджмента	8	4	2	2	2	4	Опрос, выполне- ние зада- ний
8.	Тема 8. Бизнес- ассоциации в си- стеме взаимодей- ствия бизнеса с властью	10	4	2	2	2	6	Опрос, выполне- ние зада- ний
	В целом по дисци- плине	72	34	16	18	16	38	
	Итого в %		100			47		

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4 – Темы дисциплины, формы проведения и содержание семинаров и практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия	Вопросы к практическому занятию 1. Репутация как актив организации и как условие ведения бизнеса. 2. Концепция заинтересованных лиц организации. 3. Репутация организации в восприятии различных заинтересованных лиц. 4. Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия. 5. Специфический характер спектра вовлеченности заинтересованных лиц в различные кризисы организации. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий,
Тема 2. Понятия и принципы антикризисного PR	Вопросы к практическому занятию 1. Понятия и термины антикризисного PR. 2. Внутренний антикризисный PR. 3. Внешний антикризисный PR. 4. Принципы упреждения, срочности, честности в антикризисном PR. 5. Принцип отказа от «страусиной политики» в антикризисном PR. 6. Этапы антикризисного PR: прогнозирование, планирование 7. Подготовка мероприятий антикризисного PR 8. Упреждение, нейтрализация кризиса 9. Послекризисные мероприятия. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 3. Практика антикризисного PR и отношения со СМИ в антикризисном PR	Вопросы к практическому занятию 1. Прогнозирование и планирование антикризисного PR на основе ранжированного перечня рисков организации. 2. Методы разработки планов антикризисного PR. 3. Содержание планов антикризисного PR. 4. Шаблоны сообщений. 5. Распределение ролей при реализации мероприятий антикризисного PR. 6. Правила поведения в отношениях со СМИ. 7. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ. 8. Методы борьбы с рейдерскими атаками с использованием СМИ. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий,
Тема 4. Принципы и методы организации антикризисного PR	Вопросы к практическому занятию 1. Практика использования сторонних специалистов (консультантов) для разработки и реализации программ антикризисного PR. 2. Механизм создания и функционирования подразделения по антикризисному PR в организации. 3. Принципы, методы и содержание работы подразделе-	Опрос, выполнение заданий

	ления антикризисного PR. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.1.</i>	
Тема 5. Антикризисный PR в процедурах банкротства	Вопросы к практическому занятию 1. Специфика антикризисного PR в процедурах банкротства: проблемы финансирования, организации, реализации. 2. Адресаты антикризисного PR в процедурах банкротства. 3. Антикризисный PR в процедуре наблюдения. 4. Антикризисный PR в процедуре финансового оздоровления. Антикризисный PR во внешнем управлении. 5. Антикризисный PR в конкурсном производстве. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.1.</i>	Опрос, выполнение заданий,
Тема 6. Организация работы GR-подразделения в компании.	Вопросы к практическому занятию 1. Теории GR и лоббизма 2. Профессиональные навыки и знания GR-специалиста. 3. Организация работы GR-подразделения в компании. 4. Оценка эффективности работы GR-департамента 5. Оценка эффективности работы GR-специалиста <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 7. Функциональные аспекты GR-менеджмента	Вопросы к практическому занятию 1. Функциональные аспекты GR – менеджмента. 2. Институты продвижения интересов бизнеса в процессе взаимодействия с властью. 3. Механизмы продвижения интересов бизнеса в процессе взаимодействия с властью 4. Социальная ответственность бизнеса. 5. Региональные аспекты использования GR-технологий <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий,
Тема 8. Бизнес-ассоциации в системе взаимодействия бизнеса с властью	Вопросы к практическому занятию 1. Бизнес-ассоциации в системе взаимодействия бизнеса с властью. 2. Региональные ассоциации предпринимателей и их взаимодействие с властью <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1-6; раздел 9: 1-8.</i>	

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

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

К внеаудиторным формам самостоятельной работы студентов относятся:

- подготовка к семинарскому занятию;
- выполнение домашнего творческого задания;
- подготовка к зачету.

На семинарских занятиях все студенты должны принимать активное

участие в обсуждении изучаемых вопросов и уметь демонстрировать знание практического материала. При выступлении, студентам необходимо аргументировано излагать свою позицию, подкреплять ее конкретными данными, уметь обобщать, аргументировать и систематизировать статистические данные.

На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

Таблица 5 – Темы дисциплины, изучаемые вопросы и формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия	Причины кризисов репутации. Роль СМИ в развитии кризисов репутации. Информационная война	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 2. Понятия и принципы антикризисного PR	Возможность и необходимость планирования антикризисного PR. Роль различных уровней руководства организации в антикризисном PR. Содержание различных этапов антикризисного PR.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 3. Практика антикризисного PR и отношения со СМИ в антикризисном PR	Планирование сообщений во времени, разным адресатам (заинтересованным лицам), по разным информационным каналам в отношении различных кризисов организации. Правовые основы взаимоотношений со СМИ.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 4. Принципы и методы организации антикризисного PR	Преимущества и недостатки привлечения сторонних специалистов для разработки и реализации программ антикризисного PR.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 5. Антикризисный PR в процедурах банкротства	Современное отношение общественного мнения к системе несостоятельности и к процедурам банкротства в России. Соотношение форм и методов антикризисного PR с положениями законодательства о несостоятельности.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 6. Организация работы GR-подразделения в компании.	Возможность и необходимость планирования GR. Роль различных уровней руководства организации в организации GR.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 7. Функциональные аспекты GR-менеджмента	Содержание различных этапов антикризисного GR. Планирование сообщений во времени, разным адресатам (заинтересованным лицам), по разным информационным каналам в отношении различных кризисов организации	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 8. Бизнес-ассоциации в системе	Какова специфика регионального взаимодействия бизнеса с властью?	

взаимодействия бизнеса с властью		
----------------------------------	--	--

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерная тематика домашнего творческого задания

1. Почему важно заниматься антикризисным PR-ом?
2. В чем специфика антикризисного PR в государственных учреждениях?
3. В чем специфика антикризисного PR в негосударственных учреждениях?
4. В чем специфика антикризисного PR в органах власти?
5. Какими качествами должен обладать специалист по антикризисному PR-у?
6. Почему важно заниматься антикризисным GR-ом?
7. В чем специфика антикризисного GR в государственных учреждениях?
8. В чем специфика антикризисного GR в негосударственных учреждениях?
9. В чем специфика антикризисного GR в общественных организациях?
10. Какими качествами должен обладать специалист по антикризисному GR-у?
- 11.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом оценки работы в семестре (написание домашнего творческого задания, аудиторных самостоятельных работ и домашних заданий, решение задач и участие в обсуждениях на практических занятиях и др.), оценки итоговых знаний (по результатам зачета) и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

№п/п	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в семестре	40
2.	Зачет	60
	Итого:	100

Таблица 6 - Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

Критерий оценки	Баллы	Методика оценки
Посещение аудиторных занятий	7	Математический расчет $Оц = 7 : Кз \times Пз$ Где Оц – сумма баллов; Кз – количество аудиторных занятий по дисциплине; Пз – количество занятий, посещаемых студентом

Активность при проведении аудиторных занятий	13	Участие в дебатах – 10 баллов Информационное сообщение – 5 баллов Участие в обсуждении – 3 балла Краткое выступление – 1 балл Выполнение заданий – 5 баллов Выполнение творческого задания - 5 баллов
Активность при проведении внеаудиторной работы	10	Подготовка материалов и выступление на студенческих научных конференциях, в печатных изданиях, в том числе и Университета - 10 баллов
Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя	10	Подготовка к участию в дебатах – 5 баллов Сбор материалов по темам – 5 баллов

С целью стимулирования систематической подготовки студентов к практическим и семинарским занятиям по дисциплине в течение семестра вводится комплексный подход к оценке, получаемой студентами по итогам изучения дисциплины. На основании положения о системе оценки знаний студентов в Финансовом университете действует 100-балльная система оценки знаний. Это означает, что оценка, получаемая по итогам письменной зачетной работы, состоит из двух частей: текущего контроля студентов в семестре — максимальная оценка 40 баллов и результатов промежуточной аттестации — максимальная оценка 60 баллов.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

а. решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;

б. выполнение домашних творческих заданий и обсуждение результатов.

Вторая составляющая оценивает устный ответ на зачете и не может превышать 60 баллов.

40 баллов, полученные студентом в течение семестра, должны означать самую высокую характеристику его работы. Такой балл получают студенты, которые на практических занятиях систематически показывают высокие результаты при опросах, проявляют активность при обсуждении изучаемых проблем, в полном объеме выполняют учебную программу, не имеют пропусков.

Максимальная оценка ответа на зачете оценивается в 60 баллов. Каждый вопрос в билете имеет свою долю в общей оценке в зависимости от сложности. Например, за первый теоретический вопрос максимально оценивается 15 баллов, два следующих теоретических вопроса оцениваются по 10 баллов, задача — максимально 15 баллов и пять тестов — по 2 балла каждый правильно решенный тест.

Балльная система аттестации:

- студент, получивший от 50 до 100 баллов, считается аттестованным, получивший от 0 до 49 баллов - не аттестованным;
- студент, получивший от 50 до 69 баллов, считается аттестованным на «удовлетворительно»;
- студент, получивший от 70 до 85 баллов, считается аттестованным на «хорошо»;
- студент, получивший от 86 до 100 баллов, считается аттестованным на «отлично».

Таким образом, если студент по итогам работы в семестре набирает 21 балл, а по итогам письменной работы — 60 баллов, то общая сумма 81 балл соответствует окончательной оценке 4 «хорошо».

Если студент подошел к зачету с оценкой 0 баллов, то при безупречном качестве письменной зачетной работы он может получить итоговую оценку по данной дисциплине только 60 баллов, что соответствует оценке «удовлетворительно».

О данном подходе к оценке знаний студентов преподаватель информирует студентов на первом семинарском (практическом) занятии. На последнем семинарском занятии студентам сообщается оценка, которую они получают по итогам работы в семестре.

Студенты могут улучшить свою оценку по итогам работы в семестре за счет отработки пропущенных занятий или полученных неудовлетворительных оценок на семинарах. Вместе с тем, все отработки могут быть осуществлены в консультационные дни в период не более двух консультаций с момента получения оценки «неудовлетворительно» или пропуска занятий. Только в случае болезни студент может отрабатывать пропуски в более поздние сроки.

Отработка пропусков, имевших место по причине работы студентов во время занятий, не допускается.

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

7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примерный перечень вопросов для подготовки к сдаче зачета

1. Значение репутации организации для успешного ведения бизнеса.

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

33. Организация периметра, информационного обеспечения, питания сотрудников СМИ в антикризисном PR.
34. Привлечение сторонних специалистов (организаций) по антикризисному PR в ситуации острого кризиса.
35. Использование услуг сторонних специалистов (организаций) по антикризисному PR на постоянной основе (абонентское обслуживание).
36. Внутреннее подразделение (служба) антикризисного PR: преимущества и недостатки.
37. Цели, задачи и функции внутреннего подразделения (службы) антикризисного PR.
38. Взаимоотношения внутреннего подразделения (службы) антикризисного PR с руководством организации и с другими подразделениями организации.
39. Исключительная роль высшего руководства организации в антикризисном PR.
40. Антикризисный PR в процедурах банкротства
41. Необходимость PR-обеспечения деятельности арбитражного управляющего и процедур банкротства.
42. Специфика антикризисного PR в процедурах банкротства: учет положений законодательства о банкротстве, решение проблем финансирования, организации, реализации.
43. Адресаты антикризисного PR в процедурах банкротства.
44. Антикризисный PR в различных процедурах банкротства.
45. Пресс-секретарь арбитражного управляющего: задачи, функции.
46. PR-обеспечение арбитражного управления в России на уровне СРО и в масштабах профессии (СОЮЗ СРО).
47. Понятия, определения и термина GR.
48. Теории GR и лоббизма
49. Профессиональные навыки и знания GR-специалиста.
50. Организация работы GR-подразделения в компании.
51. Оценка эффективности работы GR-департамента и GR-специалиста.
52. Функциональные аспекты GR-менеджмента.
53. Институты продвижения интересов бизнеса в процессе взаимодействия с властью.
54. Механизмы продвижения интересов бизнеса в процессе взаимодействия с властью
55. Социальная ответственность бизнеса.
56. Региональные аспекты использования GR-технологий
57. Бизнес-ассоциации в системе взаимодействия бизнеса с властью.
58. Региональные ассоциации предпринимателей и их взаимодействие с властью.

Примеры заданий

Задание 1. Проанализируйте публикации, посвященные затоплению территории вдоль Волги в 2020 феврале 2020г. Оцените правильность действий PR-службы губернатора Ярославской области. Какие изменения в антикризисную работу вы бы внесли?

Задание 2. Сотрудники предприятия ООО «Колос» в связи с пандемией вынуждено провести сокращение заработной платы своим сотрудникам. На предприятии зреет недовольство сотрудников. Какие действия должна предпринять PR-служба компании?

Задание 3. В соцсетях на личной странице пользователя появилась информация о необоснованном закрытии кафедры одного из университетов. Эта информация быстро получала резонанс в городе. Какие действия следует предпринять руководству данного университета, чтобы нейтрализовать ситуацию?

Задание 4. Муниципалитет города принял решение о введении платных парковок в историческом центре города в будни в рабочее время. Население города негативно восприняло данное решение. Какие действия следует предпринять PR-службе данного органа власти?

Задание 5. Проанализируйте публикации, связанные с изменением транспортного сообщения в городе Ярославле. Оцените качество взаимодействия PR-службы мэрии со СМИ. Какие рекомендации вы бы дали сотрудникам PR-службы мэрии?

Задание 6. Компания по производству садовых скамеек планирует расширять рынки сбыта. Какие действия может предпринять руководство компании, чтобы заинтересовать своей продукцией власти города и области?

Задание 7. Собрать информацию о взаимодействии компании «Славнефть» с Правительством ЯО. Определите основные направления взаимодействия, их цель. Какие рекомендации по развитию взаимодействия вы могли бы предложить?

Задание 8. Собрать информацию о существующих в Ярославской области бизнес-сообществах. Найти и систематизировать информацию о взаимодействиях данных сообществ с органами власти. Определить характер этих взаимодействий. Какие предпринимались действия в кризисных ситуациях? Оцените эффективность этих действий.

Пример билета на зачет

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»**

(Ярославский филиал Финуниверситета)

Кафедра «Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»

Дисциплина «Антикризисный PR и GR»

Филиал Ярославский

Форма обучения Очная

Семестр 7 Направление 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»

БИЛЕТ № 1

№ п/п	Вопросы билета	Максимальный балл
1	Правовые основы взаимоотношений со СМИ в реактивном антикризисном PR. Опровержения. Реакция на клевету.	15
2	Антикризисный PR в различных процедурах банкротства.	15
3	Составьте правила действия руководителя предприятия в условиях кризиса (авария на предприятии с жертвами)	30

Подготовил

Шустина И.В.

Утверждаю:

Заведующий кафедрой

Проскурнова К.Ю.

«Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»

Дата _____ 20__ г.

Таблица 7 – Примеры оценочных средств для проверки сформированности компетенции

Компетенция	Типовые задания
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп Задание 1. Посмотреть официальные рейтинги действующих губернаторов России. Сопоставить место губернатора ЯО с реальной оценкой его деятельности жителями области 2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании и медиапроектов (или) иных коммуникационных продуктов Задание 2. Собрать и систематизировать информацию о деятельности губернатора, вызвавшей негативный резонанс у жителей области. Сделать вывод о качестве организации антикризисного PR.
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности Задание 1. Разработайте правила действий руководителя по взаимодействию с внутренней общественностью в период кризисных ситуаций 2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе,

ственности	<i>обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации</i> Задание 1. Разработать систему работы по организации внутренних коммуникаций для получения обратной связи от сотрудников для правильного принятия управленческих решений.
------------	--

7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

Приказ от 23.03.2017 №0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете» и локальные акты филиала по данному вопросу, размещенные по ссылке: <http://www.fa.ru/fil/yaroslavl/about/base/Pages/oup.aspx>

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» (последняя редакция).
3. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25.07.2002 N 114-ФЗ (последняя редакция).
4. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция).
5. Указ Президента РФ от 10.06.1994 N 1183 «О защите потребителей от недобросовестной рекламы».
6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (последняя редакция).
7. Приказ МАП РФ от 13.11.1995 N 147 «Об утверждении Порядка рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 28.11.1995 N 985).
8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.
9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (последняя редакция).

а) основная литература

1. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В.А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В.А. Ачкасовой, И.А. Быкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 163 с. [Электронный

ресурс]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/474520>

2. Борщевский, Г.А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г.А. Борщевский. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 267 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454152>

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, 2020. — 109 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/454486>

б) дополнительная литература

4. Жильцова, О.Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/451046>

5. 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, 2020. — 351 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453280>

6. Потапов, Ю.А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю.А. Потапов, О.В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 294 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/447084>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОН-ЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
7. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
8. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Наименование методических материалов для обучающихся	Год утверждения	Местонахождение материала (ссылка на сайт филиала)
Шустина И.В. Методические рекомендации по выполнению до-	2024	https://cloud.mail.ru/public/CnoV/cYBRvyAHR

машного творческого задания по дисциплине «Антикризисный PR и GR» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»		
Приказ Финуниверситета от 14.05.2021 г. № 1040/о «Об утверждении методических рекомендаций по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры Финансовом университете»		http://www.fa.ru/univer/DocLib/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F%20%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D1%8B%20%D0%A4%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%82%D0%B0/%D0%9E%D0%B1%D1%89%D0%B0%D1%8F/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%B7%20%E2%84%96%201040_%D0%BE%20%D0%BE%D1%82%2011.05.2021.PDF

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Компьютерные программы общего назначения Windows, Microsoft Office.
2. Антивирусная программа.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Таблица 8 – Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

№п/п	Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения	Наименование разделов и тем
1	Справочная правовая система Консультант Плюс». /	Темы 1-8

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены.

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

Материально-техническая база, которой располагает Ярославский филиал Финуниверситета: аудиторный фонд, компьютерные классы и др.

Лекционные и практические занятия проводятся в мультимедийных аудиториях филиала, а также в оборудованных компьютерами и мультимедийным оборудованием классах.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки России (утверждены 08.04.2014 № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.