





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Департамент коммуникаций и медиа

«СОГЛАСОВАНО»
Руководитель ОП 42.04.01
«Реклама и связи с общественностью»
 Е.В. Федорова

«10» января 2020г.

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор Департамента
коммуникаций и медиа
 Н.А. Аргылов

«10» января 2020г.



Рабочая программа дисциплины

Управление коммуникациями в кризисных ситуациях
Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Программа магистратуры
Форма подготовки очная

курс 1 семестр 2
лекции 18 час.
практические занятия 18 час.
в том числе с использованием МАО лек. 0 /пр. 12 /лаб. 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 36 час.
в том числе с использованием МАО 12 час.
самостоятельная работа 72 час.
зачет 2 семестр

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47224).

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа,
протокол № 3 от 10 января 2020 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа канд.полит.наук, Аргылов Н.А.
Составитель: к.полит.н., доцент ДКМ Агапов В.Л.

Владивосток
2020

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № ____

Директор департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № ____

Директор департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

III. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № ____

Директор департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № ____

Директор департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

Целью изучения дисциплины «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» является развитие у студентов должного уровня компетенций, позволяющих эффективно выстраивать коммуникации в области рекламы и связей с общественностью и контакты со СМИ в условиях различных кризисных ситуаций.

Задачи дисциплины:

1. планирование и организация системы рекламных и пиар-коммуникаций, проведение мероприятий по выходу из кризисных ситуаций.

2. руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий; формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, связанных с урегулированием кризисных ситуаций.

Результаты освоения (формирование компетенций):

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними УК-1.2 определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению УК-1.3 критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников УК-1.4 разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов УК-1.5 строит сценарии реализации стратегии, определяя возможные риски и предлагая пути их устранения

<p>Организация работы и Руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-3 - Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-3.1 Выполняет Функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и(или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства ПК-3.2.Организовывает работу по совершенствованию внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ПК-3.3 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-3.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p>
--	---	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: лекция-беседа, лекция-дискуссия, деловые игры, работа в парах или малых группах, подготовка проектов, подготовка мультимедийных презентаций, групповые дискуссии.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 час. лекционных занятий)

Раздел I Теоретические основы антикризисного менеджмента. Анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, стратегии действий

Тема 1. Антикризисный менеджмент. Понятие, цели и задачи. Признаки кризиса. Виды и типы кризисов (2 часа)

Тема 2. Кризисы в системе государственного управления. Кризисы в развитии организации. Экономические кризисы (2 часа)

Тема 3. Основные черты антикризисного управления. Маркетинг в антикризисном менеджменте. Стратегия и тактика в антикризисном управлении (2 часа)

Тема 4. Антикризисная стратегия: планирование, определение миссии организации, оценка внутренней и внешней среды, методы выхода из кризиса, управление персоналом (2 часа)

Тема 5. Опыт антикризисного управления в странах с развитой рыночной экономикой. Айви Ли и основание PR. «Новый курс» Ф.Д. Рузвельта – программа вывода американской экономики из кризиса. Деятельность Ли Якокки в крупнейшей американской корпорации Chrysler (2 часа)

Раздел II Организация и деятельность предприятия в сфере рекламы и связей с общественностью в кризисной ситуации

Тема 6. Современное коммуникативное / рекламное / PR агентство – специфика и особенности. Коммуникативные агентства и функции их деятельности. Виды рекламных и коммуникативных агентств (2 часа)

Основы коммуникативной деятельности. Понятие коммуникативного агентства, сходства и отличия коммуникативных агентства от рекламных: проблемы идентификации. Функции деятельности коммуникативного агентства.

Тема 7. Организация работы коммуникативного агентства (2 часа)

Структура коммуникационного агентства. Должностные инструкции сотрудников. Внутрифирменные стандарты. Регламенты взаимодействия с клиентами. Регламенты выполнения работ, направленные на соблюдение качества и сроков. Управление финансовыми потоками организации.

Тема 8. Антикризисные стратегии коммуникативного агентства (2 часа)

Типология кризисов и кризисных ситуаций в деятельности компании.

Методики выявления, предотвращения и преодоления кризисов. Роль стратегии в антикризисном управлении. Реализация выбранной антикризисной стратегии. Цели и задачи маркетинга в антикризисном управлении.

Тема 9. Реинжиниринг бизнес-процессов коммуникативного агентства (2 часа)

Идентификация проблемной области. Выявление ключевых факторов

успеха. Идентификация перепроектируемых бизнес-процессов. Определение возможностей предприятия. Определение возможных рисков. Разработка имитационной и функциональной модели бизнес-процессов.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

**(18 час., в том числе 12 часов с использованием интерактивных
методов обучения)**

**Раздел I Теоретические основы антикризисного менеджмента.
Анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, стратегии
действий**

Семинар 1. Гибель «Титаника» как пример. Разбор кризисных ситуаций на примере резонансных происшествий, катастроф, таких, как крушение нефтяной платформы «Кольская», Взрыв нефтяной платформы Deerpwater Horizon и т.п. (4 часа).

Проходит в интерактивной форме пресс-конференции, где одна группа студентов представляет организацию, а другая – общественность.

Семинар 2.

Антикризисные стратегии организации (2 ч.).

Семинар-дискуссия. Обсуждение вопросов:

1. Оценка микросреды: политические, экономические, социальные, технологические факторы.
2. Оценка и анализ внутренней среды.
3. Различные направления антикризисной стратегии: уменьшение расходов, ликвидация некоторых отделов, сокращение объемов производства, привлечение дополнительных ресурсов и т.д.
4. Этапы реализации стратегии.

Семинар 3. Стратегии выхода из глобальных кризисов: экономических, политических, природных (землетрясение в Индийском океане в 2004 г., землетрясение в Японии в 2011 г., наводнения и т.п.). (4 часа)

**Раздел II Организация и деятельность предприятия в сфере
рекламы и связей с общественностью в кризисной ситуации**

Семинар 4. Структура пиар-агентства (2 часа).

Семинар-дискуссия, обсуждение вопросов:

1. Структура типового коммуникативного агентства.
2. Творческий отдел.
3. Отдел исполнения заказов.
4. Отдел исследования и развития.
5. Производственный отдел.
6. Финансовый и организационный отделы.

Деловая игра: имитация коммуникативного агентства.

Цель: на практике рассмотреть структуру коммуникативного агентства.

Группа делится на подгруппы, каждая из которых представляет собой отдел. Группы должны представить перечень своих обязанностей и разработать схему взаимоотношений друг с другом. На примере конкретного коммуникативного процесса группы должны продемонстрировать систему работы в рамках одного агентства.

Семинар 5. Внутрикorporативные коммуникации (2 часа).

Семинар-дискуссия, обсуждение вопросов:

1. Разработка и обновление корпоративного сайта в Интернете.
2. Внутрикorporативные коммуникации: Intranet и Extranet.
3. Система обратной связи с персоналом.
4. Специальные рекрутинговые акции.

Семинар 6. Пиар-тексты (4 часа.).

Практическая работа

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	Неделя 1-4	Подготовка к практическому занятию	10 час.	Практические занятия 1-7
2.	Неделя 5-8	Подготовка письменной работы (реферат/доклад/эссе)	10/5/5 час.	Защита реферата/выступление с докладом/написание эссе
3	Неделя 9-12	Подготовка к тестированию	6 час.	Лекционные занятия 1-11 Практические занятия 8-9
4	Неделя 13-18	Подготовка к экзамену	10 час.	Устный опрос (экзамен)

ФОРМА КОНТРОЛЯ

УО-1 – собеседование

УО-3 – доклад, сообщение;

УО-4 – круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты
 ПР-4 – реферат

ПР-7 – конспект

ПР-10 - деловая и/или ролевая игра

Самостоятельная работа состоит из следующих компонент:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме семинара: выполнение домашних заданий.
2. Подготовка реферата по темам, сформулированным преподавателем либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).
3. Подготовка и участие в дискуссии..

Задания для самостоятельной работы: Тема 1. Коммуникативные и рекламные агентства

Задание: Описать в чем отличия и сходства в деятельности и структуре коммуникативных и рекламных агентств. Привести различные точки зрения на этот счет. Изобразить результаты описания в виде схемы.

В качестве примера проанализировать деятельность крупного

рекламного и коммуникативного агентства г. Владивостока

Тема 2. Основные виды корпоративных PR-программ и PR-планов

1. Основные виды корпоративных PR-программ.
2. Составление плана деятельности PR-отдела.
3. Расчет корпоративного PR-бюджета.

Тема 3. Анализ качества проведения рекламной кампании

1. Анализ динамики продаж.
2. Анализ эффективности рекламных расходов.
3. Годовой отчет по эффективности рекламы: анализ финансовых показателей, распределение бюджета, анализ эффективности отдельных статей.

Тема 4. Стратегии коммуникативных кампаний.

1. Каковы различия между целью и стратегией в коммуникативной кампании?
2. Назовите несколько типичных стратегий, применяющихся в коммуникативных кампаниях.
3. Почему расчет времени и составление расписания так важны в коммуникативной кампании?
4. Каковы основные элементы медиа-плана для коммуникативной кампании?

Тема 5. Антикризисные технологии

1. Что мы называем кризисом?
2. Охарактеризуйте неожиданные, назревающие и непрерывные кризисы.
3. В чем заключается основная суть стратегии в условиях кризиса фирмы?
4. Какие правила общения с СМИ во время кризиса фирмы вы знаете?
5. Как и что следует говорить представителям СМИ во время антикризисной кампании?
6. В чем заключается специфика антикризисного списка СМИ?

Основные требования к содержанию реферата

При написании реферата по нижепредставленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные

самостоятельно.

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Реферат должен заканчиваться выведением выводов по теме.

По своей *структуре* реферат состоит из:

1. Титульного листа;
2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;
3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает разделение на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст;
4. Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.
5. Списка использованной литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое — 3см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5см.. Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25см.

Реферат пишется студентами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем. При зачете реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления. Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные

самостоятельно. Объем реферата зависит от изучаемой темы, оформление согласно правилам, размещенным на сайте ДВФУ. В реферате должна быть показана актуальность темы, цель и задачи исследования по данной проблематике, а также краткое раскрытие темы с выводами. Для докладов и эссе – излагаемый материал, опираясь на терминологический и понятийный аппарат дисциплины «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях», должен носить исследовательский характер, а студент способен выявлять проблемные области, выдвигать оригинальные идеи решений и критически их обсуждать в группе.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы/ темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства - наименование		
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация	
1	Раздел 1 Анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, стратегии действий	УК-1	Знает методологию и методику системного анализа, критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления	УО-1, ПР-7	
			Умеет осуществлять системный анализ, критический анализ проблемных ситуаций, выработать стратегию действий	УО-1, УО-3	
			Владеет методами системного и критического анализа, стратегического управления	ПР-4	
2	Раздел 2 Организация работы и руководство подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3	Знает типовые функционал руководителя линейного / функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PR агентства. Принципы работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	УО-1	
			Умеет выполнять функционал руководителя линейного / функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PR агентства Организует	УО-1, УО-4	

		работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры		
		Владеет функционалом руководителя линейного / функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PR агентства. Навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	ПР-10	

ФОРМА КОНТРОЛЯ

УО-1 – собеседование

УО-3 – доклад, сообщение;

УО-4 – круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты ПР-4 – реферат

ПР-7 – конспект

ПР-10 - деловая и/или ролевая игра

Перечень контрольных вопросов к зачёту

1. Сущность понятия «управление коммуникативной деятельностью» и содержание системы управления коммуникативным агентством.
2. Эволюция моделей коммуникационного (рекламного) процесса.
3. Понятие об участниках коммуникативного процесса.
4. Этапы процесса планирования коммуникативной деятельности компании.
5. Существующие классификации коммуникативных агентств.
6. Классификация услуг коммуникативных агентств.
7. Юридическое обеспечение работы коммуникативного агентства.
8. Автоматизация деятельности коммуникативного агентства.
9. Внутрикорпоративные коммуникации в корпоративном агентстве.
10. Содержание исследований, предшествующих планированию коммуникативной деятельности.
11. Целевая аудитория воздействия и группы целевого воздействия и их

отличия от потребителей и сегментов потребителей.

12. Стратегии относительно групп целевого воздействия.

13. Понятие бюджета организации.

14. Типология методов расчета бюджета организации.

15. Сущность комплексной оценки эффективности рекламной коммуникативной деятельности и ее уровни.

16. Экономическая эффективность рекламной деятельности.

17. Коммуникативная эффективность рекламной деятельности.

18. Система показателей для комплексной оценки эффективности коммуникативной деятельности и исследование критериев.

19. Медиапредпочтения целевой аудитории воздействия.

20. Сущность целевой аудитории воздействия и ее групп.

21. Антикризисные стратегии.

22. Реинжиниринг бизнес-процессов коммуникативного агентства.

**Критерии выставления оценки студенту на зачете
по дисциплине «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях»**

100-86	<i>«зачтено»</i>	Выполнен полный объем работы, ответ студента полный и правильный. Студент способен обобщить материал, сделать собственные выводы, выразить свое мнение, привести иллюстрирующие примеры. Оценка «отлично» выставляется студенту, только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты реферата, прохождения тестирования.
85-76		Выполнено 75% работы, ответ студента правильный, но неполный. Не приведены иллюстрирующие примеры, обобщающее мнение студента недостаточно четко выражено. Оценка «хорошо» выставляется студенту, только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты реферата, прохождения тестирования.
75-61		Выполнено 50% работы, ответ правилен в основных моментах, нет иллюстрирующих примеров, нет собственного мнения студента, есть ошибки в деталях и/или они просто отсутствуют. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты реферата, прохождения тестирования.

Менее 61	«не зачтено»	Оценка «не зачтено». Выполнено менее 50% работы, в ответе существенные ошибки в основных аспектах темы. Студент не показывает готовность к формированию своего интеллектуального уровня, не способен сознавать значение общекультурного уровня для своего профессионального мастерства. Оценка «не удовлетворительно» выставляется студенту, если он освоил не все знания, умения и навыки компетенций дисциплины (УК-1, ПК-3)
----------	--------------	--

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Алферов В.Н. Антикризисное управление как основа формирования механизма устойчивого развития бизнеса : монография / под ред. А.Н. Ряховской, С.Е. Кована. М. : ИНФРА-М, 2017. 169 с. (Научная мысль). www.dx.doi.org/10.12737/13445. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/792674>
2. Бочарова, И.Ю. Корпоративное управление: Учебник / И.Ю. Бочарова. М.: НИЦ Инфра-М, 2014. 368 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=390006>
3. Жильцова О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. Москва : Издательство Юрайт, 2019. 337 с. (Бакалавр. Академический курс). Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/433657> (дата обращения: 14.01.2020)
4. Коммуникология: коммуникационный консалтинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. М. : Дашков и К, 2016. 408 с.

<http://znanium.com/catalog/product/291622>

5. Ряховская А.Н. Теория антикризисного менеджмента: Учебник / А.Н. Ряховская. М. : Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. 624 с. (Магистратура) (Переплёт) ISBN 978-5-9776-0352-2 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/504884>

Дополнительная литература (печатные и электронные издания)

1. Безбедов Г.М. PR технологии как способ разрешения кризисных ситуаций в коммерческих организациях // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2017. № 5. С. 109–112.

2. Блюмин, А. М. Информационный консалтинг: Теория и практика консультирования [Электронный ресурс] / А. М. Блюмин. – М.: Дашков и К, 2017. 364 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=402978>
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=402978>

3. Голуб О.Ю. Коммуникации в кризисных ситуациях: модели интернет-присутствия // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2014. Т. 14, вып. 4. С. 9–18.

4. Голуб О.Ю. Кризисные коммуникации: методология и методы управления // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2012. Вып. 2. С. 142–145.

5. Гуров Ф.Н. Принятие решений при осуществлении антикризисных коммуникаций // Пространство и Время. 2015. Т. 9. Вып. 2.

6. Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н.П. Козлова. М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2014. 376 с. <http://znanium.com/catalog.php?item=booksearch&code8E#none>

7. Коротков Э.М. Антикризисное управление: Учебное пособие / Под ред. Э.М. Короткова. М. : ИНФРА-М, 2012. 240 с. (Вопрос - ответ). ISBN 978-5-16-003005-0 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/342066>

8. Менеджмент: основные термины и понятия: Словарь / Кисляков Г.В., Кислякова Н.А. 2-е изд. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. 176 с. <http://znanium.com/catalog/product/485034>

9. Социальная реклама: конструирование эффективного взаимодействия с целевой аудиторией : монография / С.Б. Калмыков, Н.П. Пашин. М. : ИНФРА-М, 2017. 229 с. <http://znanium.com/catalog/product/773309>
<http://znanium.com/catalog/product/773309>

10. Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : Учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. М.: Дашков и К, 2016. 252 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430570>

11. Скрипникова, Н.Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations [Электронный ресурс]: теоретические брифы. Учебное пособие/ Скрипникова Н.Н. Электрон. текстовые данные. Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 53 с. <http://www.iprbookshop.ru/59126.html>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Индустрия рекламы – теория и практика рекламной деятельности: информационно-справочный портал <http://adindustry.ru/>
2. Advertology.ru – наука о рекламе: информационно-справочный портал <http://www.advertology.ru/>
3. Маркетинг журнал 4p.ru <http://www.4p.ru/>

Нормативно-правовые материалы

1. О рекламе: федер. закон от 13.03.2006 №38-ФЗ [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Электрон. дан. <http://www.consultant.ru/popular/advert/>
2. О защите прав потребителей: федер. закон от 07.02.1992 N 2300-1 (ред.от 13.07.2015) [Электронный ресурс]// Консультант Плюс. – Электрон.дан. – Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» выполняется по следующему алгоритму.

1. Вся основная теоретическая база излагается на лекциях, но для усвоения материала студентам предлагается и самостоятельное изучение теоретического материала.

Студенту для более глубокой проработки отдельных тем дисциплины в начале семестра предлагается список тем для подготовки реферата. Студент выбирает тему и самостоятельно в течение семестра готовит реферат,

который защищает в конце семестра. Реферат готовится в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению рефератов. Преподаватель контролирует результат индивидуальным собеседованием с проверкой письменной работы (реферата).

2. Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими семинарскими занятиями, на которых студенты отвечают на вопросы и вступают в коллективные обсуждения и дискуссии. Студент в течение семестра должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

3. Во второй половине семестра студенту предлагается самостоятельно подготовиться к тестированию. Студент должен проработать информацию, используя все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников для формирования собственных ответов

4. В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации – сдаче зачета, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к зачету.

Зачет выставляется в общей совокупности всех работ с учетом выполненной самостоятельной работы, зачтенных результатов тестирования и реферата.

**Методические рекомендации, определяющие процедуры
оценивания результатов освоения дисциплины «Управление
коммуникациями в кризисных ситуациях»**

Текущая аттестация студентов. Проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Проводится в форме контрольных мероприятий: защиты контрольной работы, собеседования по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем. Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;(опрос)
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем

видам учебной работы; (контрольная работа)

- результаты самостоятельной работы (контрольная работа)

Промежуточная аттестация студентов. Проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Предусматривает устный опрос в форме ответов на вопросы экзаменационных билетов. В качестве оценочного средства используются экзаменационные билеты.

Оценочные средства для промежуточной аттестации

При оценке знаний студентов итоговым контролем учитывается объем знаний, качество их усвоения, понимание логики учебной дисциплины, место каждой темы в курсе. Оцениваются умение свободно, грамотно, логически стройно излагать изученное, способность аргументировано защищать собственную точку зрения.

Реферат по теме считается зачтенным в случае, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, определив ее содержание и составляющие, приведены основные источники по рассматриваемой теме, студент проводит самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы, при этом оценка реферата составляет более 6 баллов.

Реферат оценивается по 10-бальной системе:

10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

10- 6 баллов - студент понимает базовые основы вопросов, источники знаний и приемы работы с ними, основные особенности научного метода познаний, основные понятия консалтингового процесса; программно-целевые методы решения научных проблем, основные направления развития и актуальные проблемы технических наук и понимает теоретическое обоснование выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения, привлечены основные источники по рассматриваемой теме, фактических ошибок, связанных с пониманием темы, нет, допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

менее 6 баллов - проявлены незнания базовых основ вопросов компетенций дисциплины: работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

При работе с тестами студенту предлагается выбрать один вариант

ответа четырех предложенных. Тесты рассчитаны на индивидуальное решение. Они могут быть использованы в процессе аудиторных занятий, и самостоятельной работы. При 100-61 баллах (100-65 % верных ответов соответственно) тестирование оценивается положительно

3. *Результаты самостоятельной работы.* Самостоятельная работа заключается в подготовке к практическим занятиям и написание реферата.

Самостоятельная работа по вопросам подготовке к практическим занятиям считается выполненной и зачтенной в случае, когда за практическое занятие студент получает балл выше 6 (ответ оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Самостоятельная работа по подготовке реферата считается выполненной и зачтенной в случае, когда при сдаче реферата преподавателю студент получает балл выше 6 (реферат оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Промежуточная аттестация студентов

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» предусмотрена в виде зачета в устной форме в виде собеседования – ответы на вопросы. При этом, оценка на зачете является комплексной, учитываются все оценки контрольных мероприятий текущей аттестации с весом, определяемым ведущим преподавателем. Оценка «зачтено» выставляется студенту, только если ему предварительно были зачтены практические работы, реферат, тестирование, выполнение самостоятельной работы (критерии оценки каждого контрольного мероприятия указаны выше).

Текущая аттестация студентов

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий (работа на практических (семинарских) занятиях – дискуссия, сдача реферата, тестирование) по оцениванию фактических знаний.

Объектами оценивания выступают:

1. *Уровень овладения практическими умениями и навыками* оценивается по активности работы на семинарских занятиях, убедительному изложению материала, оценка осуществляется по 10-бальной системе в соответствии с критериями (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не

зачтено»). На занятиях обсуждаются вопросы на основе подготовленных домашних заданий.

Критерии оценок по 10-бальной системе следующие:

10-8,5 баллов – проявлены глубокие знания компетенций дисциплины – ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы вопросов дисциплины, логичностью, последовательностью и аргументированностью ответа, умением объяснять сущность вопроса, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы;

8,5-7,5 баллов – проявлены прочные знания основных вопросов компетенций дисциплины: умение объяснять сущность вопросов делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, но допускаются неточности;

7,5-6,0 балл – в ответе проявлены основные знания вопросов компетенций дисциплины, но ответ отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, недостаточным умением давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа;

менее 6,0 баллов – проявлены незнание основных вопросов знания компетенций дисциплины: неглубокое раскрытие темы, неумение давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа

2. *Степень усвоения теоретических знаний компетенций* определяется при защите реферата и при тестировании, при этом используются соответствующие критерии оценивания в 10-бальной системе (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено»).

Критерии оценки реферата

Реферат по теме считается зачтенным в случае, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, определив ее содержание и составляющие, приведены основные источники по рассматриваемой теме, студент проводит самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы, при этом оценка реферата составляет более 6 баллов.

Реферат оценивается по 10-бальной системе:

10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

10- 6 баллов – студент понимает базовые основы вопросов, источники знаний и приемы работы с ними, основные особенности научного метода познаний; программно-целевые методы решения научных проблем, основные направления развития и актуальные проблемы технических наук и понимает

теоретическое обоснование выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения, привлечены основные источники по рассматриваемой теме, фактических ошибок, связанных с пониманием темы, нет, допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

менее 6 баллов – проявлены незнания базовых основ вопросов компетенций дисциплины: работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки выполнения тестового задания

При работе с тестами студенту предлагается выбрать один вариант ответа четырех предложенных. Тесты рассчитаны на индивидуальное решение. Они могут быть использованы в процессе аудиторных занятий, и самостоятельной работы.

При 100-61 баллах (100-65 % верных ответов соответственно) тестирование оценивается положительно

3. *Результаты самостоятельной работы.* Самостоятельная работа заключается в подготовке к практическим занятиям и написание реферата.

Самостоятельная работа по вопросам подготовке к практическим занятиям считается выполненной и зачтенной в случае, когда за практическое занятие студент получает балл выше 6 (ответ оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Самостоятельная работа по подготовке реферата считается выполненной и зачтенной в случае, когда при сдаче реферата преподавателю студент получает балл выше 6 (реферат оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Критерии оценки выполнения домашних практических заданий

- 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет

- 85-76 - баллов – работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения;

допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

- 75-61 балл – проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

- 60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы

Критерии оценки выполнения тестового задания

При работе с тестами студенту предлагается выбрать один вариант ответа четырех предложенных. Тесты рассчитаны на индивидуальное решение. Они могут быть использованы в процессе аудиторных занятий, и самостоятельной работы. При 100-61 баллах (100-65 % верных ответов соответственно) тестирование оценивается положительно.

Критерии оценки доклада, сообщения

-100-86 баллов – выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

- 85-76 - баллов – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов.

Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

- 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает

базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

- 60-50 баллов – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы. Промежуточная аттестация студентов

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях» предусмотрена в виде экзамена в устной форме в виде собеседования – ответы на вопросы. При этом, оценка на экзамене является комплексной, учитываются все оценки контрольных мероприятий текущей аттестации с весом, определяемым ведущим преподавателем. Положительная оценка выставляется студенту, только если ему предварительно были зачтены практические работы, реферат, тестирование, выполнение самостоятельной работы (критерии оценки каждого контрольного мероприятия указаны выше).

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сведения о материально-техническом обеспечении и оснащенности образовательного процесса: лекционные и практические занятия по дисциплине «Управление агентством и службой в рекламе и связях с общественностью» проходят в аудиториях, оборудованных компьютерами типа Lenovo C360G-i34164G500UDK с лицензионными программами MicrosoftOffice 2010 и аудио-визуальными средствами проектор Panasonic DLPProjectorPT-D2110XE, плазма LG FLATRON M4716CCBAM4716CJ. Для выполнения самостоятельной работы студенты о в жилых корпусах ДВФУ обеспечены Wi-Fi.

Освоение дисциплины «Управление агентством и службой в рекламе и связях с общественностью» предполагает использование следующего материально-технического обеспечения: Мультимедийная аудитория, вместимостью более 30 человек. Мультимедийная аудитория состоит из

интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже IntelCorei3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Microsoft Office Professional Plus 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.);

7Zip 9.20 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных.

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см TrimScreenLine; Проектор DLP, 3000 ANSILm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330UMitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA- 2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации: матричный коммутатор DVIDXP 44 DVIProExtron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/RxExtron; Подсистема аудиокмутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CTLPExtron; цифровой аудиопроцессор DMP44 LCExtron; расширение для контроллера управления IPLTCR48	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 622

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья

оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

VIII. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Паспорт

Фонда оценочных средств по дисциплине «Управление коммуникациями в кризисных ситуациях»

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Знает	Знает методологию и методику системного анализа, критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления
	Умеет	Умеет осуществлять системный анализ, критический анализ проблемных ситуаций, вырабатывать стратегию действий
	Владеет	Владеет методами системного и критического анализа, стратегического управления
ПК-3 - Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает	Типовые функционал руководителя линейного / функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PRагентства. Принципы работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
	Умеет	Выполняет функционал руководителя линейного / функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PR агентства. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

	Владеет	Функционалом руководителя линейного / функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR агентства. Навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
--	---------	--

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы/ темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства - наименование		
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация	
1	Раздел 1 Анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, стратегии действий	УК-1	Знает методологию и методику системного анализа, критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления	УО-1, ПР-7	Зачёт
			Умеет осуществлять системный анализ, критический анализ проблемных ситуаций, выработать стратегию действий	УО-1, УО-3	
			Владеет методами системного и критического анализа, стратегического управления	ПР-4	
2	Раздел 2 Организация работы и руководство подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3	Знает типовые функционал руководителя линейного / функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PR агентства. Принципы работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	УО-1	
			Умеет выполнять функционал руководителя линейного / функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PR агентства Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной	УО-1, УО-4	

		культуры		
		Владеет функционалом руководителя линейного / функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PR агентства. Навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	ПР-10	

ФОРМА КОНТРОЛЯ

УО-1 – собеседование

УО-3 – доклад, сообщение;

УО-4 – круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты ПР-4 – реферат

ПР-7 – конспект

ПР-10 - деловая и/или ролевая игра

Описание используемых форм контроля

УО-1 – собеседование

специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, рассчитанная на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

УО-3 – доклад, сообщение

продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы

УО-4 – круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты

оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

ПР-4 – реферат

средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

ПР-7 – конспект

продукт самостоятельной работы обучающегося, отражающий основные идеи заслушанной лекции, сообщения ит.д.

ПР-10 - деловая и/или ролевая игра

совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на лабораторных работах, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	критерии	показатели
УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе	Знает Знает методологию и методику системного анализа, критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления	нарушает логику и структуру ответа; при ответе не всегда точно приводятся примеры нормативно-правовой базы; имеются существенные содержательные ошибки; не всегда делает аргументированные выводы; отвечает не на все дополнительные уточняющие вопросы.	Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.

системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Умеет	Умеет осуществлять системный анализ, критический анализ проблемных ситуаций, вырабатывать стратегию действий	строит ответ логично, в соответствии с планом; при раскрытии содержания понятий допускает неточности в формулировках определений; демонстрирует творческий подход; демонстрирует технологические решения; представляет механизмы осуществления различных операций.	Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыков
	Владеет	Владеет методами системного и критического анализа, стратегического управления	свободно оперирует знаниями нормативно-правовой базы; грамотно раскрывает содержание понятий; полно раскрывает современное состояние проблемы; делает аргументированные и структурированные выводы; полно и грамотно отвечает на все вопросы.	Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
ПК-3 - Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает	Типовые функционал руководителя линейного / функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PRагентства. Принципы работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	нарушает логику и структуру ответа; при ответе не всегда точно приводятся примеры нормативно-правовой базы; имеются существенные содержательные ошибки; не всегда делает аргументированные выводы; отвечает не на все дополнительные уточняющие вопросы.	Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.

	<p>Умеет</p> <p>Выполняет функционал руководителя линейного / функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PR агентства</p> <p>Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>строит ответ логично, в соответствии с планом; при раскрытии содержания понятий допускает неточности в формулировках определений; демонстрирует творческий подход; демонстрирует технологические решения; представляет механизмы осуществления различных операций.</p>	<p>Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навык</p>
	<p>Владеет</p> <p>Функционалом руководителя линейного / функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR агентства. Навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>свободно оперирует знаниями нормативно-правовой базы; грамотно раскрывает содержание понятий; полно раскрывает современное состояние проблемы; делает аргументированные и структурированные выводы; полно и грамотно отвечает на все вопросы.</p>	<p>Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка</p>