

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Серяков Владимир Дмитриевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.03.2024 11:11:29
Уникальный программный идентификатор:
a8a5e969b08c5e57b011bba6b38ed24f6da2f41a

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО
ОБРАЗОВАНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

Ректор



В.Д. Серяков

«25» августа 2023 г.

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)

**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КРИЗИСНЫХ
СИТУАЦИЯХ**

(наименование учебной дисциплины (модуля))

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и направление подготовки/специальности)

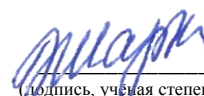
направленность (профиль): реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)
рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
«22» августа 2023 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью

 /И.В. Шаркова/
(подпись, ученая степень, учёное звание, ФИО)

Москва 2023

1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

Учебная дисциплина «Связи с общественностью в кризисных ситуациях» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Связи с общественностью в кризисных ситуациях» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к авторской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и позволяет усвоить основы устройства системы СМИ и основы журналистики. Данная дисциплина является преимущественно теоретической с элементами прикладных знаний и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цели дисциплины:

- освоение студентами теоретических и практических основ коммуникационного реагирования в кризисных ситуациях; овладение навыками анализа ситуации и экстренного реагирования; изучение процесса создания антикризисной программы и управления коммуникациями; приобретение теоретических знаний о кризисе как основополагающей категории антикризисного реагирования; формирование базовых навыков по анализу внутренней и внешней среды организации различными средствами.

- повысить уровень необходимых знаний о характере общественных отношений в профессиональной среде; укрепить знания теоретических представлений о деятельности в рекламной деятельности, а также практических навыков по работе в сфере профессиональной деятельности; вооружить методологией решения практических задач в области рекламы.

Задачи дисциплины:

- исследование совокупности характеристик кризиса;
- анализ концепции антикризисного реагирования;
- диагностика ситуации;
- изучение основополагающих принципов антикризисного управления коммуникациями и выстраиванием отношений с общественностью.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать	круг задач в рамках поставленной цели в кризисной ситуации;	УК-2 – 31
		оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации;	УК-2 – 32
	Уметь	определять круг задач в рамках поставленной цели в кризисной ситуации;	УК-2 – У1
		предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации;	УК-2 – У2
Владеть	навыками определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации.	УК-2 – В1	
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать	правила создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта в кризисной ситуации.	ПК-3 – 31
	Уметь	создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта в кризисной ситуации;	ПК-3 – У1
	Владеть	навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании в кризисной ситуации.	ПК-3 – В1

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.В.09 Связи с общественностью в кризисных ситуациях является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, изучается студентами третьего курса в пятом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Профессиональные компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Связи с общественностью в кризисных ситуациях» базируются на основе изучения следующих дисциплин и компетенций: «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний в бизнесе», «Профессионально-творческая практика».

3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины "Связи с общественностью в кризисных ситуациях " являются базой для освоения следующих дисциплин и усвоения компетенций: «Основы проектной деятельности», «Основы брендинга», «Копирайтинг», «Современная пресс-служба», «Управление корпоративным сайтом», «Проектная практика», «Преддипломная практика», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы», «Реклама и связи с общественностью в формировании социальной ответственности бизнеса».

Развитие у обучающихся навыков работы с технологиями связей с общественностью в кризисных ситуациях обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов

практической деятельности, осуществляемой студентами в Институте, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

Развитие у обучающихся указанных навыков обеспечивается чтением интерактивных лекций по всем темам, проведением практических занятий по темам 1-6.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ.

Дисциплина предполагает изучение 6 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы (72 часа).

№	Форма обучения	семестр	Общая трудоемкость		В том числе контактная работа с преподавателем				сам. работа	вид контроля
			в з.е.	в часах	всего	лекции	семинары, ПЗ	кур.раб/контр. раб		
1	Очная	5	2	72	36	14	22		36	Зачет с оценкой
2	Очно-заочная	6	2	72	26	10	16		46	Зачет с оценкой
3	Заочная	7	1	36	8	2	6		28	
		8	1	36	4				32	Зачет с оценкой

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)			контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
			занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
5 семестр								
Тема 1. Кризис-менеджмент. Понятие кризисной коммуникации	8	4	2	2			4	УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Тема 2. Типология кризисов. Положительные аспекты кризисной ситуации.	30	16	8	8			14	УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Тема 3. Команда экстренного								УК-2– 31

реагирования. Кризисный план								УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Тема 4. Методы передачи сообщения в условиях кризиса								УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Тема 5. Адресат сообщения в кризисной коммуникации. Особенности целевых аудиторий	12	6	2	4			6	УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Тема 6. Работа со СМИ в кризисных ситуациях	12	6	2	4			6	УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Зачет с оценкой	10	4					4	6
Всего за семестр	72	36	14	18			4	36

Очно-заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)			контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
			занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
6 семестр								
Тема 1. Кризис-менеджмент. Понятие кризисной коммуникации	8	4	2	2			4	УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Тема 2. Типология кризисов. Положительные аспекты кризисной ситуации.	30	6	4	2			24	УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1

								ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Тема 3. Команда экстренного реагирования. Кризисный план								УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Тема 4. Методы передачи сообщения в условиях кризиса								УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Тема 5. Адресат сообщения в кризисной коммуникации. Особенности целевых аудиторий	12	6	2	4			6	УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Тема 6. Работа со СМИ в кризисных ситуациях	12	6	2	4			6	УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Зачет с оценкой	10	4					4	6
Всего за семестр	72	26	10	12			4	46

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)			контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
			занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
7 семестр								
Тема 1. Кризис-менеджмент. Понятие кризисной коммуникации	36	8	2	6			28	УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1

Тема 2. Типология кризисов. Положительные аспекты кризисной ситуации.								УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Тема 3. Команда экстренного реагирования. Кризисный план								УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Тема 4. Методы передачи сообщения в условиях кризиса								УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Тема 5. Адресат сообщения в кризисной коммуникации. Особенности целевых аудиторий								УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Тема 6. Работа со СМИ в кризисных ситуациях								УК-2– 31 УК-2– 32 УК-2–У1 УК-2–У2 УК-2–В1 ПК-3 –31 ПК-3 –У1 ПК-3-В1
Всего за семестр	36	8	2	6			28	
8 семестр								
Зачет с оценкой	36	4					4	32
Всего за семестр	36	4					4	32
Итого	72	12	2	6			4	60

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ).

Тема 1. Кризис-менеджмент. Понятие кризисной коммуникации.

Опыт компаний Johnson&Johnson, British Airways, Renault в управлении кризисной ситуацией. Кризис-менеджмент как способ установления контроля над ситуацией.

Сферы применения кризис-менеджмента. Основные направления деятельности кризис-менеджмента: экстремальные обстоятельства (чрезвычайная ситуация, стихийное бедствие, авария), проблемная ситуация в бизнес-сфере. Основные принципы кризис-менеджмента (сопереживание, искренность, честность, своевременность, предотвращение). Основное назначение: прогнозирование и профилактика кризиса. Направленность опасных факторов в деловой среде: прибыль, имидж, конкурентоспособность. Противодействие со стороны PR-служб: анализ стратегии и корпоративной политики компании на основе учета всего спектра внешних и внутренних

воздействий. Обязательный элемент развитой маркетинговой стратегии - развитие связей с общественностью.

Структура отношений компании с партнерами: честность и открытость для подтверждения своей надежности и стабильности. Опыт «Джонсон и Джонсон»: возникновение понятия «кризисная коммуникация».

Назначение PR-кампаний в чрезвычайных обстоятельствах: свести к минимуму негативные последствия кризиса. Значительная роль: взаимоотношения с прессой, открытость руководства компании, готовность к диалогу. Путь организации: освещение в прессе деятельности фирмы, интервью с руководством, информационные брифинги. Вовлеченность организаций в решение социальных проблем. Нормы морали в деятельности предприятия.

Социальная ответственность бизнеса. Этика компании в деятельности малых фирм.

Истинность и достоверность предоставляемых сведений. Фактор повторяемости информации. Методика прогнозирования управления расходами на внешние коммуникации в стабильной и нестабильной обстановке. Взаимодействие с СМИ: стратегия и тактика.

Тема 2. Типология кризисов. Положительные аспекты кризисной ситуации.

Основные последствия кризиса для компании: общий рост напряженности; наблюдение со стороны СМИ и государственных структур; нарушение нормального функционирования бизнеса; нанесение ущерба имиджу компании; нарушение финансово-экономических показателей. Уникальность кризиса.

Фазы кризиса: начальная (продромальная) фаза; фаза обострения; хроническое состояние; разрешение кризиса. Необходимость оперативного реагирования. Характеристика фазы 1: возможность поиска альтернативных решений. Характеристика фазы 2: меры сдерживания. Роль общественного мнения в период второй фазы. Стратегия действий: усилия должны быть направлены на получение позитивной информации в СМИ о ходе кризиса и о том, как с ним справляется организация. Основная проблема: лавинообразная скорость происходящих событий, сильный накал страстей. По времени это самый короткий промежуток кризисной ситуации. Характеристика фазы 3: основная задача - определение динамики кризиса, главный фактор - время. Характеристика фазы 4: основная опасность - несколько проблемных зон одновременно.

Вероятность циклической природы кризиса. Взаимосвязанность факторов внешней среды: опыт США (1970-е гг.). Сбалансированность развития альтернативных отраслей промышленности при кризисе в отдельной сфере.

Качества кризиса: риск и неопределенность. Банк решений, шаблоны (стереотипы) поведения в период кризиса. Положительные моменты кризисной ситуации: может снабдить сырьем для выработки новых позиций, установок и принципов, принятия адекватных мер и использования более совершенных методов и инструментов, улучшения процессов общения и сотрудничества.

Кризис как двойственная система. В основе антикризисного управления лежит процесс постоянных и последовательных инноваций во всех звеньях и областях действий предприятий. Необходимость нестандартного подхода.

Проблемы: отсутствие готовых решений и императивов, необходимость постоянного поиска оптимального решения. Выбор конкретной стратегии зависит от специфики кризиса.

Типология кризисов. Кризисы экономического характера: финансовые проблемы предприятия, утрата его конкурентоспособности, угроза банкротства, потеря рынка, дефект продукта. Экологические кризисы, вызванные загрязнением окружающей среды. Кризисы, вызванные изменением законодательства, регулирующего деятельность фирмы, потерей ее спонсоров, утечкой конфиденциальной информации, смертью или болезнью руководящих лиц. Кризис в результате воздействия таких факторов, как забастовки занятых, террористические акты, угрозы шантажа. Кризисы, вызванные слухами о криминальной

деятельности предприятия. Две группы: технологические (вызванные ошибками в производстве), и управленческо-организационные (связанные с людскими ресурсами) кризисов. Кризисы предсказуемые и непредсказуемые.

Тема 3. Команда экстренного реагирования. Кризисный план.

Процесс планирования: начинается с глубокого исследования состояния дел в организации и в ее жизненной среде. Выявляются ее слабые и сильные стороны. Цель такого исследования - определение факторов риска, возможных сбоев в деятельности фирмы.

Ранжирование проблем в порядке важности. Составление специальных детализированных сценариев, стратегий поведения для каждого конкретного случая, для всех предполагаемых сложных ситуаций. Практика: проблемная ситуация, поиск контраргументов. Месторасположение рабочего офиса команды экстренного реагирования.

Тема 4. Методы передачи сообщения в условиях кризиса.

Предотвращение вреда, нанесенного новостной информацией. Оперативное реагирование, основанное на немедленном действии. Ошибки в коммуникативной стратегии. Практическая часть: анализ примеров неверной коммуникативной политики: общественные деятели, бизнесмены.

Тема 5. Адресат сообщения в кризисной коммуникации. Особенности целевых аудиторий.

Однотипность сведений, получаемых СМИ. Запросы и потребности аудитории: определение направления и «дозы» информационного воздействия. Диалог с заинтересованными группами: акционерами, инвесторами, финансистами, сотрудниками предприятия, простыми обывателями, государственной администрацией.

Влияние кризиса на акции компании: проблема связи с инвесторами. Проблемы коммуникаций в банковской сфере.

Тема 6. Работа со СМИ в кризисных ситуациях.

Установление долгосрочных отношений с СМИ на партнерской основе. Спектр возможных вопросов со стороны прессы. PR: субъективное воздействие на объективные процессы в обществе. Прогнозирование последствий при сохранении информации в тайне. Возможные комментарии и дальнейшие действия в результате обнаружения СМИ сокрытия информации.

5.1. Планы семинарских, практических, лабораторных занятий

Задание. Тема 1. Кризис-менеджмент. Понятие кризисной коммуникации.

Примерный план:

1. Кризис-менеджмент как способ установления контроля над ситуацией.
2. Сферы применения кризис-менеджмента
3. Противодействие со стороны PR-служб: анализ стратегии и корпоративной политики компании на основе учета всего спектра внешних и внутренних воздействий.
4. Назначение PR-кампаний в чрезвычайных обстоятельствах.
5. Вовлеченность организаций в решение социальных проблем. Нормы морали в деятельности предприятия.
6. Методика прогнозирования управления расходами на внешние коммуникации в стабильной и нестабильной обстановке.
7. Взаимодействие с СМИ: стратегия и тактика.

Задание. Тема 2. Типология кризисов. Положительные аспекты кризисной ситуации..

Примерный план:

1. Основные последствия кризиса для компании.

2. Фазы кризиса. Необходимость оперативного реагирования.
3. Вероятность циклической природы кризиса.
4. Кризис как двойственная система.
5. Типологии кризисов.

Задание. Тема 3. Команда экстренного реагирования. Кризисный план.

Примерный план:

1. Процесс планирования.
2. Ранжирование проблем в порядке важности.
3. Составление специальных детализированных сценариев для всех предполагаемых сложных ситуаций.
4. Проблемная ситуация, поиск контраргументов. Месторасположение рабочего офиса команды экстренного реагирования.

Задание. Тема 4. Методы передачи сообщения в условиях кризиса.

Примерный план:

1. Предотвращение вреда, нанесенного новостной информацией.
2. Оперативное реагирование, основанное на немедленном действии.
3. Ошибки в коммуникативной стратегии.
4. Анализ примеров неверной коммуникативной политики: общественные деятели, бизнесмены.

Задание. Тема 5. Адресат сообщения в кризисной коммуникации. Особенности целевых аудиторий.

Примерный план:

1. Однотипность сведений, получаемых СМИ.
2. Запросы и потребности аудитории.
3. Диалог с заинтересованными группами.
4. Влияние кризиса на акции компании: проблема связи с инвесторами.
5. Проблемы коммуникаций в банковской сфере.

Задание. Тема 6. Работа со СМИ в кризисных ситуациях.

Примерный план:

1. Установление долгосрочных отношений с СМИ на партнерской основе.
2. Спектр возможных вопросов со стороны прессы.
3. Прогнозирование последствий при сохранении информации в тайне.
4. Возможные комментарии и дальнейшие действия в результате обнаружения СМИ сокрытия информации.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).

Одним из основных видов деятельности студента является самостоятельная работа, которая включает в себя изучение лекционного материала, учебников и учебных пособий, первоисточников, подготовку сообщений на основе анализа, выступления на групповых занятиях, выполнение практических заданий, решений кейсов. Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей студентов. Время и место самостоятельной работы выбираются студентами по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя. Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения программы, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и

тем в порядке, предусмотренном программой. Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебника. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем полезно изучить существующую практику решения аналогичных случаев (кейсов). При желании можно предложить самостоятельный вариант решения. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Для более полной реализации цели, поставленной при изучении тем самостоятельно, студентам необходимы сведения об особенностях организации самостоятельной работы; требованиям, предъявляемым к ней; а также возможным формам и содержанию контроля и качества выполняемой самостоятельной работы. Самостоятельная работа студента в рамках действующего учебного плана по реализуемым образовательным программам различных форм обучения предполагает самостоятельную работу по данной учебной дисциплине, включенной в учебный план. Объем самостоятельной работы (в часах) по рассматриваемой учебной дисциплине определен учебным планом.

В ходе самостоятельной работы студент должен:

- освоить теоретический материал по изучаемой дисциплине (отдельные темы, отдельные вопросы тем, отдельные положения и т. д.);
- применить полученные знания и навыки для выполнения практических заданий.

Студент, приступающий к изучению данной учебной дисциплины, получает информацию обо всех формах самостоятельной работы по курсу с выделением обязательной самостоятельной работы и контролируемой самостоятельной работы, в том числе по выбору. Задания для самостоятельной работы студента должны быть четко сформулированы, разграничены по темам изучаемой дисциплины, и их объем должен быть определен часами, отведенными в учебной программе.

Самостоятельная работа студентов должна включать:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, лабораторно-практическим);
- поиск (подбор) и изучение литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- самостоятельную работу над отдельными темами учебной дисциплины в соответствии с тематическим планом;
- домашнее задание, предусматривающее завершение практических аудиторных работ;
- подготовку к зачету или экзамену;
- работу в студенческих научных обществах, кружках, семинарах и т.д.;
- участие в научной и научно-методической работе кафедры, факультета;
- участие в научных и научно-практических конференциях, семинарах.

6.1. Задания для углубления и закрепления приобретенных знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм,	УК-2 – 31	<p style="text-align: center;">Примерный перечень вопросов</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие кризисной ситуации. Основные характеристики кризиса. 2. Классификации кризисных ситуаций. 3. Коммуникации в условиях конфликта. Коммуникации в условиях чрезвычайных ситуаций. 4. Причины возникновения кризисов, последствия кризисов для организации. 5. Стадий жизненного цикла кризиса. 6. Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия. Причины кризисов репутации. 7. Понятия антикризисного PR. Задачи, функции антикризисного PR.

имеющихся ресурсов и ограничений		Внутренний антикризисный PR. Внешний антикризисный PR. 8. Принципы антикризисного PR. 9. Антикризисная программа как стратегический план действий.
	УК-2 – 32	Примерный перечень вопросов 1. Направления работы пресс-службы в условиях кризиса: Подготовка заявлений для общественности Участие в журналистских пулах, неформальных информационных мероприятиях (круглые столы, пресс-клубы) мозговые штурмы и т.п. Неофициальные контакты. 2. Этапы антикризисного PR 3. Целевые аудитории во время кризиса. Каналы взаимодействия с целевыми аудиториями. 4. Основные задачи при работе с потребителями в ситуации кризиса. 5. Работа с внутренней аудиторией в условиях кризиса. 6. B2B коммуникации в условиях кризиса. 7. Контроль за информацией в начальный период кризиса. 8. Каналы распространения информации. 9. Условия для коррекции негативной информации. 10. Работа со СМИ в условиях кризиса Характер ключевых сообщений. 11. Работа со спикером в кризисных ситуациях.
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3 – 31	Примерный перечень вопросов 1. Основные задачи при работе с органами власти в ситуации кризиса. 2 Работа со слухами 3 Информационные атаки в интернете и приемы их отражения. 4 Работа в социальных сетях. 5 Правовые основы взаимоотношений со СМИ. 6 Формирование общественного мнения в послекризисный период. 7 Понятие ЧС. Основные задачи коммуникационной политики в ЧС. 8 Технологии превентивной PR-кампании в чрезвычайной ситуации. 9 Стадии действий организации при устранении кризиса в условиях ЧС. 10 Система посткатастрофного реагирования. Восстановление репутации.

6.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – У1	Практические задания Задание 1. Сформулируйте правила поведения организации в кризисной ситуации, разработанных PR- сообществом. Задание 2. Охарактеризуйте стратегии PR, упреждающих мероприятий в антикризисной коммуникации. Задание 3. Дайте характеристику стратегии PR по выходу из кризиса. Задание 4. Дайте рекомендации команде по управлению кризисной ситуацией (КУКС) при проведении «ревизии кризисной уязвимости» компании.
	УК-2 – У2	Практические задания Задание 1. Проведите экспертную оценку эффективности PR-управления известных Вам организаций, переживших кризис. Задание 2. Приведите пример организации или руководителя, обладающего хорошей деловой репутацией. За счет чего они этого добились? Задание 3. Дайте психологическую характеристику известным Вам руководителям, которые вызывают доверие. Как они этого достигли? Задание 4. Определите направления деятельности до наступления кризиса в организации.
ПК-3 Способен осуществлять	ПК-3 – У1	Практические задания Задание 1. Дайте характеристику пяти основных проблем в целом неправильно разрешенных после катастрофы нефтяного танкера

авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта		<p>компании Exxon у берегов Аляски.</p> <p>Задание 2. Перечислите и дайте характеристику стратегий борьбы со слухами.</p> <p>Задание 3. Перечислите практические действия, направленные на обуздание и преодоление кризисной ситуации в организации.</p> <p>Задание 4. Определите рекомендации руководству организации для подготовки к кризису.</p>
	ПК-3 – У2	<p align="center">Практические задания</p> <p>Задание 1. Покажите и охарактеризуйте алгоритм отражения атаки конкурентов организации.</p> <p>Задание 2. Приведите примеры кризисных организаций, дайте характеристику возникших в них кризисов, определите их причины.</p> <p>Задание 3. Проанализируйте, что включает анализ конкурентных преимуществ предприятия.</p>

6.3. Задания, направленные на формирование профессиональных навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<p>УК-2</p> <p>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	УК-2 – В1	<p align="center">Практические задания</p> <p>Задание 1. Разработайте программу PR- коммуникаций во время кризиса для авиакомпании.</p> <p>Задание 2. Разработайте программу PR- коммуникаций во время кризиса для образовательного учреждения.</p> <p>Задание 3. Разработайте программу PR- коммуникаций во время кризиса для предприятия пищевой промышленности.</p>
<p>ПК-3</p> <p>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	ПК-3 – В1	<p align="center">Практические задания</p> <p>Задание 1. Предложите программу антикризисных мероприятий для следующей ситуации.</p> <p>Справочная информация</p> <p>На АЗС известной нефтяной компании было отмечено несколько случаев заправки автомобилей некачественным бензином. Качество топлива было настолько низким, а количество пострадавших автомобилистов значительным, что нанесенный вред и вина компании стали очевидными. Компания до кризиса не вела активной информационной политики. С одной стороны, это плюс, поскольку каналы распространения негативной информации оказались ограниченными. С другой стороны, необходимо было незамедлительно что-то предпринять – продажи на АЗС стали падать. Ситуация осложнялась повышением цен на бензин.</p> <p>Используйте следующие правила:</p> <ul style="list-style-type: none"> – четко оценить обстоятельства, повлекшие кризис, и разработать детальный план действий; – подготовить официальную версию событий; – учесть складывающееся негативное мнение общественности к нефтяным компаниям из-за повышения цен на бензин; – нейтрализовать основные источники информации; – отвлечь внимание от причины кризиса. <p>Задание 2. Предложите антикризисные мероприятия, которые возможны в данной ситуации. Представьте варианты, предложенные группой, для обсуждения.</p> <p>Справочная информация</p> <p>В 2011 году в селе Ягодном началось строительство поселка «Ладья благополучия», рассчитанного на 7000 семей. К 2014 году собственниками квартир, коттеджей и таунхаусов стали более 500 семей.</p>

		<p>Всем, кто приобрел жилье, первоначально обещали, что там будет газ. Но его не провели; в результате жители вынуждены были платить за электричество большие суммы: счета в зимнее время достигали 15–20 тыс. рублей. Помимо этого жители платили за содержание, которое включало вывоз мусора, озеленение, уборку дорог, воду и т. д. – всего более 3 000 рублей. На возмущенные вопросы владельцев жилья управляющая компания (УК) поясняла, что подключать газ жители должны сами – необходимо было заключать договор со сторонней компанией. В 2014 году представитель УК пообещал жителям произвести перерасчет: им простят все долги до мая 2014 года, а тем, у кого до сих пор нет газа, сделают 50%-ю скидку на оплату электричества.</p> <p>Информация о существующих проблемах распространилась в городских СМИ. Репутация УК «Ладья благополучия» оказалась под угрозой».</p>
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).

Паспорт фонда оценочных средств

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		ФОС для текущего контроля	ФОС для промежуточной аттестации
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать	круг задач в рамках поставленной цели в кризисной ситуации; УК-2 – 31	Тестовые задания	Вопросы к зачету с оценкой
		оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации; УК-2 – 32		
	Уметь	определять круг задач в рамках поставленной цели в кризисной ситуации; УК-2 – У1	Практические задания	Вопросы к зачету с оценкой
предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации; УК-2 – У2				
Владеть	навыками определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации. УК-2 – В1	Практические задания	Вопросы к зачету с оценкой	
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с	Знать	правила создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и	Тестовые задания	Вопросы к зачету с оценкой

учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта		имеющегося мирового и отечественного опыта в кризисной ситуации. ПК-3 – 31		
	Уметь	создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта в кризисной ситуации; ПК-3 – У1	Практические задания	Вопросы к зачету с оценкой
	Владеть	навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании в кризисной ситуации. ПК-3 – В1	Практические задания	Вопросы к зачету с оценкой

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Критерии оценивания результатов обучения			
			2	3	4	5
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать	круг задач в рамках поставленной цели в кризисной ситуации; УК-2 – 31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации; УК-2 – 32				
	Уметь	определять круг задач в рамках поставленной цели в кризисной ситуации; УК-2 – У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации; УК-2 – У2				
	Владеть	навыками определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в кризисной ситуации. УК-2 – В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет

ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать	правила создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта в кризисной ситуации. ПК-3 – 31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
	Уметь	создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта в кризисной ситуации; ПК-3 – У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
	Владеть	навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании в кризисной ситуации. ПК-3 – В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет

7.1. ФОС для проведения текущего контроля.

7.1.1. Задания для оценки знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – 31	<p style="text-align: center;">Тестовые задания</p> <p>1.Какие составляющие включают в себя антикризисные программы? а) Планирование действий в случае наступления кризиса б) Разработка комплекса мероприятий по увеличению объемов сбыта в) Выявление областей риска г) Планирование производственных программ в случае наступления кризиса</p> <p>2.Параметром для определения кризисной ситуации является (-ются): а) снижение прибыли б) увеличение затрат на производство в) стрессы у ответственных лиц г) снижение спроса на продукцию</p> <p>3.Какие из перечисленных действий во время кризиса являются ошибочными? а) Привлечение специалистов со стороны б) Исследование общественного мнения в) Увиливание от ответа г) Конфронтация</p> <p>4.Какие решения следует принимать в рамках реагирования на кризис? а) Написание текстов, речей, разработка информационных материалов б) Оперативное осведомление общественности о происходящем в) Исследование потребностей и выпуск востребованной продукции г) Грамотное информирование людей о кризисе</p>

	<p>5. Сущность антикризисных связей с общественностью заключается в подготовке компании к:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) планированию кризисов б) возможным кризисам в) расширению штата сотрудников г) расширению рынков сбыта <p>6. Антикризисные программы составляются для того, чтобы:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) получить наибольшую прибыль во время кризиса б) формировать резервы денежных средств на период кризиса в) избежать всеобщей паники и растерянности г) во время кризиса выпускать только востребованную продукцию <p>7. Какие из перечисленных действий во время кризиса являются ошибочными?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Оперативное реагирование на любое изменение ситуации б) Встречные обвинения в) Подготовка информационных материалов на доступном языке для целевых аудиторий г) Судебные разбирательства <p>8. Причиной технологических кризисов является (-ются):</p> <ul style="list-style-type: none"> а) несвоевременное оборудование б) террористические акты в) катастрофы и аварии из-за технологических неполадок г) увеличение затрат на производство <p>9. Какое преимущество создает грамотное использование кризисных ситуаций?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Получение доверия общественности б) Выпуск только востребованной продукции в) Снижение расходов на оплату труда г) Выход на новые рынки сбыта <p>10. Сущность стратегии взаимодействия со средствами массовой информации во время кризиса заключается в том, что:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) информационные статьи должны отличаться многословием и расплывчатостью б) кризисную ситуацию должны комментировать руководящие лица компании раньше недоброжелателей, либо от компании не должно исходить никакой информации в) средства массовой информации не должны знать о существовании кризисной ситуации г) кризисную ситуацию должны комментировать все сотрудники компании
УК-2 – 32	<p style="text-align: center;">Тестовые задания</p> <p>1. Антикризисные программы составляются для того, чтобы:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) избежать всеобщей паники и растерянности б) формировать резервы денежных средств на период кризиса в) получить наибольшую прибыль во время кризиса г) во время кризиса выпускать только востребованную продукцию <p>2. Параметром для определения кризисной ситуации является:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) снижение спроса на продукцию б) некомпетентность руководящих лиц в) появление товаров-аналогов г) степень угрозы жизни, безопасности и существованию компании <p>3. Какое преимущество создает грамотное использование кризисных ситуаций?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Выпуск только востребованной продукции б) Получение доверия общественности в) Выход на новые рынки сбыта г) Снижение расходов на оплату труда <p>4. Исследование общественного мнения во время кризиса проводится, чтобы:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) оптимизировать сбытовую политику

	<p>б) выявить значение кризиса для общественности в) определить покупательские предпочтения г) оптимизировать производственную программу</p> <p>5. Кризисы менеджмента проявляются в: а) нарушении слаженной работы подразделений и служб предприятия б) критике со стороны целевых аудиторий в) отсутствии руководящих лиц на рабочих местах г) диверсиях конкурентов</p> <p>6. Какие составляющие включают в себя антикризисные программы? а) Разработка комплекса мероприятий по увеличению объемов сбыта б) Планирование производственных программ в случае наступления кризиса в) Планирование действий в случае наступления кризиса г) Выявление областей риска</p> <p>7. Причиной технологических кризисов является (-ются): а) несовременное оборудование б) катастрофы и аварии из-за технологических неполадок в) террористические акты г) увеличение затрат на производство</p> <p>8. Подготовка к преодолению кризиса должна начинаться: а) во время объявления тревоги б) в начале кризисной ситуации в) задолго до наступления кризиса г) во время кризисной ситуации</p> <p>9. Какие из перечисленных действий во время кризиса являются ошибочными? а) Оперативное реагирование на любое изменение ситуации б) Встречные обвинения в) Подготовка информационных материалов на доступном языке для целевых аудиторий г) Судебные разбирательства</p> <p>10. Какие из перечисленных действий во время кризиса являются ошибочными? а) Конфронтация б) Привлечение специалистов со стороны в) Исследование общественного мнения г) Увиливание от ответа</p> <p>11. Какие решения следует принимать в рамках реагирования на кризис? а) Оперативное осведомление общественности о происходящем б) Грамотное информирование людей о кризисе в) Написание текстов, речей, разработка информационных материалов г) Исследование потребностей и выпуск востребованной продукции</p> <p>12. Параметром для определения кризисной ситуации является (-ются): а) снижение прибыли б) снижение спроса на продукцию в) увеличение затрат на производство г) стрессы у ответственных лиц</p> <p>13. Сущность стратегии взаимодействия со средствами массовой информации во время кризиса заключается в том, что: а) средства массовой информации не должны знать о существовании кризисной ситуации б) кризисную ситуацию должны комментировать все сотрудники компании в) информационные статьи должны отличаться многословием и расплывчатостью г) кризисную ситуацию должны комментировать руководящие лица компании раньше недоброжелателей, либо от компании не должно исходить никакой информации</p> <p>14. Сущность позитивного кризиса заключается в том, что: а) снижаются затраты на производство б) наблюдается положительная динамика спроса на продукцию</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>в) деятельность компании становится объектом всеобщего обсуждения и освещения в средствах массовой информации</p> <p>г) резко возрастают объемы продаж</p> <p>15. Сущность антикризисного PR заключается в подготовке компании к:</p> <p>а) расширению рынков сбыта</p> <p>б) расширению штата сотрудников</p> <p>в) планированию кризисов</p> <p>г) возможным кризисам</p>
<p>ПК-3</p> <p>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПК-3 – 31</p>	<p style="text-align: center;">Тестовое задания</p> <p>1. Мероприятия, входящие в предкризисный этап антикризисного PR:</p> <p>а) прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий;</p> <p>б) упреждение, нейтрализация;</p> <p>в) оценка, мониторинг;</p> <p>г) мониторинг, упреждение.</p> <p>2. С точки зрения антикризисного PR антикризисное управление это:</p> <p>а) антикризисный консалтинг в области связей с общественностью;</p> <p>б) управление организацией в ходе процедур банкротства и освещение этого процесса в СМИ;</p> <p>в) разработка плана антикризисного управления и плана кризисных коммуникаций;</p> <p>г) антикризисный менеджмент и внутренние коммуникации.</p> <p>Нехваткой какого ресурса чаще всего характеризуется кризисная ситуация?</p> <p>а) информация;</p> <p>б) опыт;</p> <p>в) время;</p> <p>г) деньги.</p> <p>4. Основная задача специалистов по связям с общественностью на предкризисной стадии:</p> <p>а) прогнозирование возможных угроз, определение слабых стороны фирмы и составление перечня возможных мероприятий;</p> <p>б) нейтрализация и упреждение негативных отзывов о компании в СМИ;</p> <p>в) корректировка сообщений об организации;</p> <p>г) оценка мер, предпринятых по преодолению предыдущих кризисов.</p> <p>5. Верно ли, что чем больше времени уделяется подготовке и анализу, тем эффективнее проходит этап реализации?</p> <p>а) да;</p> <p>б) нет.</p> <p>6. Верно ли, что стратегия обращения со СМИ является частью кризисного плана коммуникаций?</p> <p>а) да;</p> <p>б) нет.</p> <p>7. Нехваткой какого ресурса чаще всего характеризуется кризисная ситуация?</p> <p>а) информация;</p> <p>б) опыт;</p> <p>в) время;</p> <p>г) деньги.</p> <p>8. Основная задача специалистов по PR в посткризисный период:</p> <p>а) наказание виновных, премирование отличившихся;</p> <p>б) подача исков на СМИ в целях взыскания ущерба;</p> <p>в) выработка рекомендаций по изменению оргструктуры;</p> <p>г) систематизация опыта и анализ проведенных мероприятий.</p> <p>9. Что не входит в круг задач специалиста по PR в кризисной ситуации:</p> <p>а) нейтрализация потока негативной информации;</p> <p>б) коррекция негативной информации в интересах клиента;</p> <p>в) распространение альтернативной информации;</p> <p>г) борьба с последствиями кризиса.</p> <p>10. Верно ли, что в кризисной ситуации необходима жесткая централизация функций общения с внешней средой?</p> <p>а) да;</p> <p>б) нет.</p> <p>11. Какова основная цель антикризисных мероприятий:</p>

	<p>а) минимизация расходов акционеров; б) сохранение персонала; в) максимизация шанса выживания компании; г) увеличение рыночной стоимости компании.</p> <p>12. Состав команды по управлению кризисной ситуацией включает: а) топ-менеджмент организации; б) менеджеры, в сферу компетенции которых входят все области потенциальных кризисов; в) PR отдел; г) маркетинговый отдел.</p> <p>13. Кого необходимо проинформировать об обстоятельствах кризиса в первую очередь? а) персонал; б) журналистов; в) компетентные органы; г) общественных деятелей.</p> <p>14. Какой вид коммуникаций необходимо использовать для информирования ключевых заинтересованных лиц: а) Интернет; б) СМИ; в) непосредственный контакт; г) выпуск пресс-релизов.</p> <p>15. Какова оптимальная численность команды по управлению кризисной ситуацией а) 3-7; б) 8-10; в) 10-20; г) 20-50.</p> <p>16. Основная задача команды по управлению кризисной ситуацией а) создание образа контроля над кризисом для СМИ; б) информирование общественности о кризисной ситуации; в) выработка рекомендаций по изменению неэффективной оргструктуры управления компании; г) выработка рекомендаций по преодолению кризиса.</p> <p>17. Как часто необходимо проводить учения по координации взаимодействий во время кризиса: а) раз в год; б) не реже двух раз в год; в) раз в месяц; г) учения проводить не надо.</p> <p>18. Верно ли, что выпуск пресс-релизов должен быть жестко централизован? а) да; б) нет.</p> <p>19. Первым действием команды по управлению кризисной ситуацией является: а) выпуск пресс-релизов; б) организация пресс-центра; в) проведение ревизии кризисной уязвимости; г) разработка стратегии выхода из кризиса.</p> <p>20. К компетенции КУКС не относится: а) выпуск пресс-релизов; б) организация пресс-центра; в) проведение ревизии кризисной уязвимости; г) разработка стратегии выхода из кризиса.</p> <p>21. Верно ли, что каждый сотрудник организации является неофициальным пресс-секретарем организации? а) да; б) нет.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Критерии оценки теста:

Количество ошибок	Оценка
-------------------	--------

0-1	Отлично
1-3	Хорошо
3-7	Удовлетворительно
более 7-ми ошибок	Неудовлетворительно

7.1.2. Задания для оценки умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – У1	Практические задания Задание 1. Определите наиболее вероятные кризисные ситуации для банковской сферы. Задание 2. Определите наиболее вероятные кризисные ситуации для сферы образования.
	УК-2 – У2	Практические задания Задание 1. Определите наиболее вероятные кризисные ситуации химической отрасли. Задание 2. Определите наиболее вероятные кризисные ситуации пищевой отрасли.
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3 – У1	Практические задания Задание 1. Выбор кризисной ситуации (по усмотрению учащегося) и разработка коммуникационной антикризисной стратегии, включающей: цель и задачи коммуникации, целевые аудитории, концепцию PR-работы, каналы коммуникации, инструменты коммуникации и планируемый эффект (результат коммуникации). Работа выполняется во формате презентации PowerPoint, объем до 10 слайдов.
	ПК-3 – У2	Практические задания Задание 1. Внимательно ознакомьтесь с содержанием кризисной ситуации на авиакомпании «Уральские авиалинии». Деятельность авиакомпании «Уральские авиалинии» на российском транспортном рынке началось в декабре 1993 года после официального разделения Свердловского авиапредприятия на авиакомпанию и аэропорт. Основные виды деятельности авиакомпании: пассажирские и грузовые авиaperевозки, продажа и бронирование авиабилетов, ремонт и техническое обслуживание воздушных судов. На сегодняшний день авиакомпания «Уральские авиалинии» входит в число 10 ведущих российских авиакомпаний по объему перевозок. С начала деятельности и по сегодняшний день авиакомпанию возглавляет пилот 1 класса, Заслуженный работник транспорта РФ, Отличник воздушного транспорта генеральный директор Скуратов Сергей Николаевич. Итоги деятельности авиакомпании за 2010 год В 2010 году услугами авиакомпании «Уральских авиалиний» воспользовались 1 792 220 пассажиров. Это самый высокий показатель за последние годы. Он ставит авиакомпанию в один ряд с крупнейшими федеральными перевозчиками, у которых пассажиропоток превышает полтора миллиона (Аэрофлот, S7, Трансаэро и др.). Фактический пассажирооборот авиакомпании за 2010 год возрос на 20% по сравнению с 2009 годом и составил 4 842 525 тысяч пассажирокилометров. Самолеты «Уральских авиалиний» за 2010 год совершили 16 655 рейсов, что на 22% больше чем в 2009 году. Как одно из самым развитых предприятий России авиакомпания «Уральские авиалинии» вошла в рейтинг «Эксперт 400» и стала крупнейшим экспортером Урала и Сибири по данным «Уральского

	<p>экспорта - 100».</p> <p>В 2010 году авиакомпания получила федеральную премию «Золотая колесница» в номинации «Лидер воздушного транспорта России». Кроме этого, по итогам работы в 2009 году «Уральские авиалинии» стали обладателем крупнейшей отраслевой награды «Крылья России» сразу в двух номинациях:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Авиакомпания года - пассажирский перевозчик на внутренних воздушных линиях в группе II (объем пассажирских перевозок на ВВЛ от 1 до 3 млрд пкм) - Авиакомпания года - пассажирский перевозчик на международных воздушных линиях в группе II (объем пассажирских перевозок на МВЛ от 0,2 до 3 млрд пкм) - Бортовой журнал авиакомпании «Уральские авиалинии» UAM в 2010 году победил на международном ежегодном конкурсе «Обложка года», который проводится под патронажем Министерства культуры и массовых коммуникаций РФ и при содействии ЮНЕСКО. <p>Парк воздушных судов</p> <p>В 2006 году в авиакомпании стартовала программа переоснащения парка воздушных судов. Сейчас авиакомпания «Уральские авиалинии» на условиях операционного лизинга успешно эксплуатирует 17 современных лайнеров Airbus (A320 и A321) на своих российских и международных маршрутах.</p> <p>До конца первого полугодия 2011 года парк авиакомпании планируется пополнить еще одним самолетом A320. В планах авиакомпании дальнейшее расширение авиапарка в 2012 году, а также в перспективе запуск эксплуатации дальнемагистральных широкофюзеляжных самолетов A330. В соответствии с перспективным планом развития «Уральских авиалиний» к 2015 году в эксплуатации будут находиться уже более тридцати иностранных самолетов.</p> <p>Международное сотрудничество</p> <p>В современных условиях международной интеграции партнёрские отношения между авиакомпаниями - залог успешного развития рынка авиаперевозок. «Уральские авиалинии» на сегодняшний день имеют порядка пятидесяти интерлайн-соглашений с ведущими российскими и зарубежными авиакомпаниями, среди которых Czech airlines (Чехия), Emirates (ОАЭ), Swiss International Air Lines (Швейцария), Air France (Франция), Malev (Венгрия), S7, «Ютэйр» и многие другие.</p> <p>Кроме того, «Уральские авиалинии» являются членом Клиринговой Палаты ИАТА (IATA Clearing House, ICH), что позволяет авиакомпании использовать мировую систему взаиморасчетов. Авиакомпания также является участником Многостороннего Интерлайнсоглашения (МИТА). Участие в деятельности этой организации позволяет авиакомпаниям значительно расширить рамки своего сотрудничества со своими коллегами в разных странах мира. Аппарат МИТА целенаправленно занимается поиском наиболее подходящих партнеров. На первоначальном уровне налаживания контактов предложения компаний автоматически рассылаются по всем авиаперевозчикам-членам МИТА. В случае положительного ответа сотрудники МИТА сообщают об этом компании - автору запроса. Далее начинаются прямые контакты специалистов обеих авиакомпаний.</p> <p>География полетов</p> <p>География полетов авиакомпании ежегодно расширяется и насчитывает более 120 направлений.</p> <p>В 2010 году появились новые регулярные рейсы из Москвы в Иркутск, Краснодар, Геленджик; из Новосибирска в Санкт-Петербург, Владивосток, Краснодар и др.</p> <p>Из Екатеринбурга были открыты международные рейсы в Рим, Софию, Барселону, Стамбул; в Дубай из Уфы и Казани; из Самары в Пулу и Тиват и др.</p> <p>Специальные программы авиакомпании «Уральские авиалинии» в авиакомпании «Уральские авиалинии» успешно работает несколько программ, рассчитанных на самые широкие слои населения. Разработаны и успешно реализуются бонусная программа для пассажиров «Крылья»,</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>программа для юридических лиц «Корпоративный клиент». Полный комплекс услуг по организации туристических и деловых поездок в России и за рубежом оказывают Клуб Путешествий «Крылья» и международный туроператор «Европорт».</p> <p>В авиакомпании успешно продолжает функционировать бонусная программа для пассажиров «Крылья» (FFP), которая в 2007 году была значительно модернизирована.</p> <p>За каждый полет на регулярных рейсах Авиакомпании «Уральские авиалинии» пассажир получает на свой личный счет бонусные рубли в размере 10% от оплаченного тарифа без учета топливного сбора. Накопив определенное количество бонусных рублей, пассажир сможет совершить премиальный полет. За годы своего существования программа авиакомпании активно развивалась, количество участников по сравнению с 2009 годом увеличилось больше чем в 2 раза. Это результат активного продвижения программы и регулярно проводимых специальных предложений и акций.</p> <p>Социальная политика авиакомпании</p> <p>Ежегодно по государственным и собственным льготам пролетает до 50 000 пассажиров. Среди них следующие категории граждан: дети, студенты, молодежь, пенсионеры, многодетные матери. Не первый год по договору с Министерством обороны действует программа по обеспечению всех военных перевозок. Аналогичная программа сотрудничества работает с Министерством внутренних дел и Пограничной службой РФ.</p> <p>Спонсорская помощь и участие в благотворительных мероприятиях являются неотъемлемой частью социальной политики компании. Авиакомпания активно участвует в общественных, спортивных, светских и концертных мероприятиях в качестве спонсора. Помимо спонсорских проектов, каждый год руководство авиакомпании способствует развитию благотворительных программ. Помогать тем, кто нуждается в помощи - это не пустые слова. В 2010 году значительная сумма денежных средств была перечислена в адрес религиозных структур, спортивных и общественных организаций, выделяется материальная помощь ветеранам и детским организациям. Большая часть средств была направлена на строительство Богородице-Касперского храма для работников авиакомпании и жителей посёлка Кольцово.</p> <p>Конкуренты компании: «Российские авиалинии» (Москва), «Flydubai» (Дубай, ОАЭ), «Lufthansa» (Германия), «Трансаэро» (Москва).</p> <p>Плюсы и минусы авиакомпании «Уральские авиалинии»</p> <p>Плюсы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Широкая география полетов; - Гарантия безопасности полетов; - Постоянно приумножаемый парк современных воздушных судов; - Элитные пилоты и первоклассные инженеры; - Опытные менеджеры и подготовленные бортпроводники; - Современное качество и полный объем услуг; - «Уральские авиалинии» входит в число 10 ведущих российских авиакомпаний по уровню безопасности и объему перевозок; - Высокий уровень сервиса; - Быстрота обслуживания; - Наличие безналичного расчета. <p>Минусы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Задержки рейсов; - Большое количество старых самолетов; - Завышена стоимость билета. <p>Понятие «кризис» применительно для данной компании.</p> <p>Кризис - это любое отклонение от привычного режима функционирования системы Авиакомпании «Уральские авиалинии» или отдельного ее элемента, вызывающее стрессовые реакции пассажиров, персонала, клиентов компании, а так же СМИ и характеризующееся необходимостью принятия нестандартных решений, мобилизации профессионально-личностного потенциала и наличием как отрицательных, так и положительных последствий.</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Произошедшие ранее кризисы.</p> <p>6 июля 2004 года в аэропорту «Алыкель» (Норильск) при движении на стоянку после приземления, самолет ТУ-154 авиакомпании «Уральские авиалинии» с пассажирами на борту задел крылом автобус аэродромного обслуживания. В результате были повреждены и самолет и автобус. Никто из пассажиров не пострадал.</p> <p>По мнению специалистов, в столкновении самолета «Уральских авиалиний» с пассажирским автобусом виноваты две стороны – и пилот, и водитель автобуса. Комиссия выяснила, что при столкновении с автобусом командир не остановил самолет и тем самым нарушил так называемые «Наставления по производству полетов». Автобус аэродромного обслуживания также стоял в неподвижном месте. Кроме того, комиссия признала, что после столкновения самолета и автобуса из топливного бака воздушного судна вытекало топливо. Ранее представители «Уральских авиалиний» категорически отрицали факт повреждения топливного бака лайнера и то, что после аварии из него начало вытекать топливо, создавая дополнительную угрозу безопасности пассажиров.</p> <p>В 2004 году самолеты авиакомпании "Уральские авиалинии" совершили 6 вынужденных посадок. Все, по информации Минтранса России, произошли из-за различных неполадок в двигателях, а именно срабатывала сигнализация, в такой ситуации пилот должен заглушить двигатель.</p> <p>После проведения экспертизы выяснилось, что вынужденные посадки самолетов происходили из-за нестерильного производства на ремонтных заводах.</p> <p>Возможные кризисные ситуации и целевые аудитории для каждой ситуации</p> <ul style="list-style-type: none"> - Задержки рейсов ЦА: Пассажиры задержанного рейса, клиенты, аэропорт конечной станции, сотрудники авиакомпании и аэропортов, СМИ. - Захват воздушного судна (терроризм) ЦА: пострадавшие пассажиры, родственники пострадавших, клиенты авиакомпании, сотрудники компании, СМИ, органы проверки. - Катастрофы (крушение воздушного судна) ЦА: родственники погибших (пострадавших), клиенты авиакомпании, сотрудники, население места крушения, СМИ, органы проверки. - Вынужденные посадки ЦА: пассажиры, клиенты, родственники, СМИ, аэропорт. - Недовольство пассажиров обслуживанием ЦА: пассажиры и клиенты авиакомпании, сотрудники, туроператоры, СМИ. - Обнаружение на борту судна предметов, угрожающих здоровью или жизни человека ЦА: пассажиры рейса, клиенты, сотрудники, СМИ, органы проверки. - Пищевые отравления пассажиров ЦА: пострадавшие, клиенты, сотрудники, СМИ, органы проверки - Утечка информации ЦА: СМИ, сотрудники авиакомпании, партнеры. - Резкий спад продаж авиабилетов ЦА: клиенты, СМИ. - Нападки конкурентов ЦА: клиенты, сотрудники, партнеры, аэропорты, СМИ, органы контроля и т.д. (в зависимости от конкретной ситуации). - Негативные результаты проверок различными органами (налоговая, прокуратура, Ространснадзор, СЭС и т.д.). ЦА: соответствующие органы, работники авиакомпании, СМИ - Отмена рейсов ЦА: пассажиры отмененного рейса, клиенты авиакомпании, СМИ. - Технические неполадки воздушного судна ЦА: клиенты и сотрудники авиакомпании, СМИ, органы проверки. <p>Описание кризисной ситуации</p> <p>При взлете самолет авиакомпании «Уральские авиалинии» попал в выбоину на взлетной полосе, колесо лопнуло, самолет зацепил крылом полосу, выехал за ее пределы и врезался в ограждение.</p> <p>Жертв нет, травмы получили 19 человек. В больницах города – 11.</p> <p>Опишите целевые аудитории кризиса, составьте диаграмму баланса интересов.</p> <p>Задание 2. На основании данных по ситуации с «Уральскими авиалиниями» проведите SWOT-анализ кризисной ситуации.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		Задание 3. На основании данных по ситуации с «Уральскими авиалиниями» разработайте варианты осуществления обратной связи с целевыми аудиториями в кризисной ситуации;
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Критерии оценки учебных действий обучающихся на практических занятиях

Оценка	Характеристики ответа студента
Отлично	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
Хорошо	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
Удовлетворительно	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение.
Неудовлетворительно	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

7.1.3. Задания для оценки владений, навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – В1	<p align="center">Практические задания</p> <p>Внимательно ознакомьтесь с содержанием кризисной ситуации на авиакомпании «Уральские авиалинии».</p> <p>Деятельность авиакомпании «Уральские авиалинии» на российском транспортном рынке началось в декабре 1993 года после официального разделения Свердловского авиапредприятия на авиакомпанию и аэропорт. Основные виды деятельности авиакомпании: пассажирские и грузовые авиаперевозки, продажа и бронирование авиабилетов, ремонт и техническое обслуживание воздушных судов.</p> <p>На сегодняшний день авиакомпания «Уральские авиалинии» входит в число 10 ведущих российских авиакомпаний по объему перевозок. С начала деятельности и по сегодняшний день авиакомпанию возглавляет пилот 1 класса, Заслуженный работник транспорта РФ, Отличник воздушного транспорта генеральный директор Скуратов Сергей Николаевич.</p> <p>Итоги деятельности авиакомпании за 2010 год В 2010 году услугами авиакомпании «Уральских авиалиний» воспользовались 1 792 220 пассажиров. Это самый высокий показатель за последние годы. Он ставит авиакомпанию в один ряд с крупнейшими федеральными перевозчиками, у которых пассажиропоток превышает полтора миллиона (Аэрофлот, S7, Трансаэро и др.). Фактический пассажирооборот авиакомпании за 2010 год возрос на 20% по сравнению с 2009 годом и составил 4 842 525 тысяч пассажирокилометров. Самолеты «Уральских авиалиний» за 2010 год совершили 16 655 рейсов, что на 22% больше чем в 2009 году.</p> <p>Как одно из самых развитых предприятий России авиакомпания «Уральские авиалинии» вошла в рейтинг «Эксперт 400» и стала крупнейшим экспортером Урала и Сибири по данным «Уральского экспорта - 100».</p> <p>В 2010 году авиакомпания получила федеральную премию «Золотая колесница» в номинации «Лидер воздушного транспорта России». Кроме этого, по итогам работы в 2009 году «Уральские авиалинии» стали обладателем крупнейшей отраслевой награды «Крылья России» сразу в двух номинациях:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Авиакомпания года - пассажирский перевозчик на внутренних воздушных линиях в группе II (объем пассажирских перевозок на ВВЛ от 1 до 3 млрд пкм) - Авиакомпания года - пассажирский перевозчик на международных

	<p>воздушных линиях в группе II (объем пассажирских перевозок на МВЛ от 0,2 до 3 млрд пкм)</p> <p>- Бортовой журнал авиакомпании «Уральские авиалинии» UAM в 2010 году победил на международном ежегодном конкурсе «Обложка года», который проводится под патронажем Министерства культуры и массовых коммуникаций РФ и при содействии ЮНЕСКО.</p> <p>Парк воздушных судов</p> <p>В 2006 году в авиакомпании стартовала программа переоснащения парка воздушных судов. Сейчас авиакомпания «Уральские авиалинии» на условиях операционного лизинга успешно эксплуатирует 17 современных лайнеров Airbus (A320 и A321) на своих российских и международных маршрутах.</p> <p>До конца первого полугодия 2011 года парк авиакомпании планируется пополнить еще одним самолетом A320. В планах авиакомпании дальнейшее расширение авиапарка в 2012 году, а также в перспективе запуск эксплуатации дальнемагистральных широкофюзеляжных самолетов A330. В соответствии с перспективным планом развития «Уральских авиалиний» к 2015 году в эксплуатации будут находиться уже более тридцати иностранных самолетов.</p> <p>Международное сотрудничество</p> <p>В современных условиях международной интеграции партнёрские отношения между авиакомпаниями - залог успешного развития рынка авиаперевозок. «Уральские авиалинии» на сегодняшний день имеют порядка пятидесяти интерлайн-соглашений с ведущими российскими и зарубежными авиакомпаниями, среди которых Czech airlines (Чехия), Emirates (ОАЭ), Swiss International Air Lines (Швейцария), Air France (Франция), Malev (Венгрия), S7, «Ютэйр» и многие другие.</p> <p>Кроме того, «Уральские авиалинии» являются членом Клиринговой Палаты ИАТА (IATA Clearing House, ICH), что позволяет авиакомпании использовать мировую систему взаиморасчетов. Авиакомпания также является участником Многостороннего Интерлайнсоглашения (МИТА). Участие в деятельности этой организации позволяет авиакомпаниям значительно расширить рамки своего сотрудничества со своими коллегами в разных странах мира. Аппарат МИТА целенаправленно занимается поиском наиболее подходящих партнеров. На первоначальном уровне налаживания контактов предложения компаний автоматически рассылаются по всем авиаперевозчикам-членам МИТА. В случае положительного ответа сотрудники МИТА сообщают об этом компании - автору запроса. Далее начинаются прямые контакты специалистов обеих авиакомпаний.</p> <p>География полетов</p> <p>География полетов авиакомпании ежегодно расширяется и насчитывает более 120 направлений.</p> <p>В 2010 году появились новые регулярные рейсы из Москвы в Иркутск, Краснодар, Геленджик; из Новосибирска в Санкт-Петербург, Владивосток, Краснодар и др.</p> <p>Из Екатеринбурга были открыты международные рейсы в Рим, Софию, Барселону, Стамбул; в Дубай из Уфы и Казани; из Самары в Пулу и Тиват и др.</p> <p>Специальные программы авиакомпании «Уральские авиалинии» в авиакомпании «Уральские авиалинии» успешно работает несколько программ, рассчитанных на самые широкие слои населения. Разработаны и успешно реализуются бонусная программа для пассажиров «Крылья», программа для юридических лиц «Корпоративный клиент». Полный комплекс услуг по организации туристических и деловых поездок в России и за рубежом оказывают Клуб Путешествий «Крылья» и международный туроператор «Европорт».</p> <p>В авиакомпании успешно продолжает функционировать бонусная программа для пассажиров «Крылья» (FFP), которая в 2007 году была значительно модернизирована.</p> <p>За каждый полет на регулярных рейсах Авиакомпания «Уральские авиалинии» пассажир получает на свой личный счет бонусные рубли в</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>размере 10% от оплаченного тарифа без учета топливного сбора. Накопив определенное количество бонусных рублей, пассажир сможет совершить премиальный полет. За годы своего существования программа авиакомпании активно развивалась, количество участников по сравнению с 2009 годом увеличилось больше чем в 2 раза. Это результат активного продвижения программы и регулярно проводимых специальных предложений и акций.</p> <p>Социальная политика авиакомпании</p> <p>Ежегодно по государственным и собственным льготам пролетает до 50 000 пассажиров. Среди них следующие категории граждан: дети, студенты, молодежь, пенсионеры, многодетные матери. Не первый год по договору с Министерством обороны действует программа по обеспечению всех военных перевозок. Аналогичная программа сотрудничества работает с Министерством внутренних дел и Пограничной службой РФ.</p> <p>Спонсорская помощь и участие в благотворительных мероприятиях являются неотъемлемой частью социальной политики компании.</p> <p>Авиакомпания активно участвует в общественных, спортивных, светских и концертных мероприятиях в качестве спонсора. Помимо спонсорских проектов, каждый год руководство авиакомпании способствует развитию благотворительных программ. Помогать тем, кто нуждается в помощи - это не пустые слова. В 2010 году значительная сумма денежных средств была перечислена в адрес религиозных структур, спортивных и общественных организаций, выделяется материальная помощь ветеранам и детским организациям. Большая часть средств была направлена на строительство Богородице-Касперского храма для работников авиакомпании и жителей посёлка Кольцово.</p> <p>Конкуренты компании: «Российские авиалинии» (Москва), «Flydubai» (Дубай, ОАЭ), «Lufthansa» (Германия), «Трансаэро» (Москва).</p> <p>Плюсы и минусы авиакомпании «Уральские авиалинии»</p> <p>Плюсы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Широкая география полетов; - Гарантия безопасности полетов; - Постоянно приумножаемый парк современных воздушных судов; - Элитные пилоты и первоклассные инженеры; - Опытные менеджеры и подготовленные борпроводники; - Современное качество и полный объем услуг; - «Уральские авиалинии» входит в число 10 ведущих российских авиакомпаний по уровню безопасности и объему перевозок; - Высокий уровень сервиса; - Быстрота обслуживания; - Наличие безналичного расчета. <p>Минусы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Задержки рейсов; - Большое количество старых самолетов; - Завышена стоимость билета. <p>Понятие «кризис» применительно для данной компании.</p> <p>Кризис - это любое отклонение от привычного режима функционирования системы Авиакомпания «Уральские авиалинии» или отдельного ее элемента, вызывающее стрессовые реакции пассажиров, персонала, клиентов компании, а так же СМИ и характеризующееся необходимостью принятия нестандартных решений, мобилизации профессионально-личностного потенциала и наличием как отрицательных, так и положительных последствий.</p> <p>Произошедшие ранее кризисы.</p> <p>6 июля 2004 года в аэропорту «Алыкель» (Норильск) при движении на стоянку после приземления, самолет ТУ-154 авиакомпании «Уральские авиалинии» с пассажирами на борту задел крылом автобус аэродромного обслуживания. В результате были повреждены и самолет и автобус. Никто из пассажиров не пострадал.</p> <p>По мнению специалистов, в столкновении самолета «Уральских авиалиний» с пассажирским автобусом виноваты две стороны – и пилот, и водитель автобуса. Комиссия выяснила, что при столкновении с автобусом командир не остановил самолет и тем самым нарушил так называемые</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>«Наставления по производству полетов». Автобус аэродромного обслуживания также стоял в неполюженном месте. Кроме того, комиссия признала, что после столкновения самолета и автобуса из топливного бака воздушного судна вытекало топливо. Ранее представители «Уральских авиалиний» категорически отрицали факт повреждения топливного бака лайнера и то, что после аварии из него начало вытекать топливо, создавая дополнительную угрозу безопасности пассажиров.</p> <p>В 2004 году самолеты авиакомпании "Уральские авиалинии" совершили 6 вынужденных посадок. Все, по информации Минтранса России, произошли из-за различных неполадок в двигателях, а именно срабатывала сигнализация, в такой ситуации пилот должен заглушить двигатель.</p> <p>После проведения экспертизы выяснилось, что вынужденные посадки самолетов происходили из-за нестерильного производства на ремонтных заводах.</p> <p>Возможные кризисные ситуации и целевые аудитории для каждой ситуации</p> <ul style="list-style-type: none"> - Задержки рейсов ЦА: Пассажиры задержанного рейса, клиенты, аэропорт конечной станции, сотрудники авиакомпании и аэропортов, СМИ. - Захват воздушного судна (терроризм) ЦА: пострадавшие пассажиры, родственники пострадавших, клиенты авиакомпании, сотрудники компании, СМИ, органы проверки. - Катастрофы (крушение воздушного судна) ЦА: родственники погибших (пострадавших), клиенты авиакомпании, сотрудники, население места крушения, СМИ, органы проверки. - Вынужденные посадки ЦА: пассажиры, клиенты, родственники, СМИ, аэропорт. - Недовольство пассажиров обслуживанием ЦА: пассажиры и клиенты авиакомпании, сотрудники, туроператоры, СМИ. - Обнаружение на борту судна предметов, угрожающих здоровью или жизни человека ЦА: пассажиры рейса, клиенты, сотрудники, СМИ, органы проверки. - Пищевые отравления пассажиров ЦА: пострадавшие, клиенты, сотрудники, СМИ, органы проверки - Утечка информации ЦА: СМИ, сотрудники авиакомпании, партнеры. - Резкий спад продаж авиабилетов ЦА: клиенты, СМИ. - Нападки конкурентов ЦА: клиенты, сотрудники, партнеры, аэропорты, СМИ, органы контроля и т.д. (в зависимости от конкретной ситуации). - Негативные результаты проверок различными органами (налоговая, прокуратура, Ространснадзор, СЭС и т.д.). ЦА: соответствующие органы, работники авиакомпании, СМИ - Отмена рейсов ЦА: пассажиры отмененного рейса, клиенты авиакомпании, СМИ. - Технические неполадки воздушного судна ЦА: клиенты и сотрудники авиакомпании, СМИ, органы проверки. <p>Описание кризисной ситуации</p> <p>При взлете самолет авиакомпании «Уральские авиалинии» попал в выбоину на взлетной полосе, колесо лопнуло, самолет зацепил крылом полосу, выехал за ее пределы и врезался в ограждение.</p> <p>Жертв нет, травмы получили 19 человек. В больницах города – 11.</p> <p>Опишите целевые аудитории кризиса, составьте диаграмму баланса интересов.</p> <p>Задание 1. На основании данных по ситуации с «Уральскими авиалиниями» составьте антикризисную медиакарту кампании.</p> <p>Задание 2. На основании данных по ситуации с «Уральскими авиалиниями» сформируйте документы антикризисного штаба: положение, должностные инструкции, прочую рабочую документацию.</p> <p>Задание 3. На основании данных по ситуации с «Уральскими авиалиниями» составьте стратегический план действий на случай реализации кризисной ситуации.</p>
<p>ПК-3 Способен осуществлять авторскую</p>	<p>ПК-3 – В1</p>	<p style="text-align: center;">Практические задания</p> <p>Внимательно ознакомьтесь с содержанием кризисной ситуации на авиакомпании «Уральские авиалинии».</p>

<p>деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>Деятельность авиакомпании «Уральские авиалинии» на российском транспортном рынке началось в декабре 1993 года после официального разделения Свердловского авиапредприятия на авиакомпанию и аэропорт. Основные виды деятельности авиакомпании: пассажирские и грузовые авиаперевозки, продажа и бронирование авиабилетов, ремонт и техническое обслуживание воздушных судов.</p> <p>На сегодняшний день авиакомпания «Уральские авиалинии» входит в число 10 ведущих российских авиакомпаний по объему перевозок. С начала деятельности и по сегодняшний день авиакомпанию возглавляет пилот 1 класса, Заслуженный работник транспорта РФ, Отличник воздушного транспорта генеральный директор Скуратов Сергей Николаевич.</p> <p>Итоги деятельности авиакомпании за 2010 год</p> <p>В 2010 году услугами авиакомпании «Уральских авиалиний» воспользовались 1 792 220 пассажиров. Это самый высокий показатель за последние годы. Он ставит авиакомпанию в один ряд с крупнейшими федеральными перевозчиками, у которых пассажиропоток превышает полтора миллиона (Аэрофлот, S7, Трансаэро и др.). Фактический пассажирооборот авиакомпании за 2010 год возрос на 20% по сравнению с 2009 годом и составил 4 842 525 тысяч пассажирокилометров. Самолеты «Уральских авиалиний» за 2010 год совершили 16 655 рейсов, что на 22% больше чем в 2009 году.</p> <p>Как одно из самых развитых предприятий России авиакомпания «Уральские авиалинии» вошла в рейтинг «Эксперт 400» и стала крупнейшим экспортером Урала и Сибири по данным «Уральского экспорта - 100».</p> <p>В 2010 году авиакомпания получила федеральную премию «Золотая колесница» в номинации «Лидер воздушного транспорта России». Кроме этого, по итогам работы в 2009 году «Уральские авиалинии» стали обладателем крупнейшей отраслевой награды «Крылья России» сразу в двух номинациях:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Авиакомпания года - пассажирский перевозчик на внутренних воздушных линиях в группе II (объем пассажирских перевозок на ВВЛ от 1 до 3 млрд пкм) - Авиакомпания года - пассажирский перевозчик на международных воздушных линиях в группе II (объем пассажирских перевозок на МВЛ от 0,2 до 3 млрд пкм) - Бортовой журнал авиакомпании «Уральские авиалинии» UAM в 2010 году победил на международном ежегодном конкурсе «Обложка года», который проводится под патронажем Министерства культуры и массовых коммуникаций РФ и при содействии ЮНЕСКО. <p>Парк воздушных судов</p> <p>В 2006 году в авиакомпании стартовала программа переоснащения парка воздушных судов. Сейчас авиакомпания «Уральские авиалинии» на условиях операционного лизинга успешно эксплуатирует 17 современных лайнеров Airbus (A320 и A321) на своих российских и международных маршрутах.</p> <p>До конца первого полугодия 2011 года парк авиакомпании планируется пополнить еще одним самолетом A320. В планах авиакомпании дальнейшее расширение авиапарка в 2012 году, а также в перспективе запуск эксплуатации дальнемагистральных широкофюзеляжных самолетов A330. В соответствии с перспективным планом развития «Уральских авиалиний» к 2015 году в эксплуатации будут находиться уже более тридцати иностранных самолетов.</p> <p>Международное сотрудничество</p> <p>В современных условиях международной интеграции партнёрские отношения между авиакомпаниями - залог успешного развития рынка авиаперевозок. «Уральские авиалинии» на сегодняшний день имеют порядка пятидесяти интерлайн-соглашений с ведущими российскими и зарубежными авиакомпаниями, среди которых Czech airlines (Чехия), Emirates (ОАЭ), Swiss International Air Lines (Швейцария), Air France (Франция), Malev (Венгрия), S7, «Ютэйр» и многие другие.</p> <p>Кроме того, «Уральские авиалинии» являются членом Клиринговой</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Палаты ИАТА (IATA Clearing House, ICH), что позволяет авиакомпании использовать мировую систему взаиморасчетов. Авиакомпания также является участником Многостороннего Интерлайнсоглашения (МИТА). Участие в деятельности этой организации позволяет авиакомпаниям значительно расширить рамки своего сотрудничества со своими коллегами в разных странах мира. Аппарат МИТА целенаправленно занимается поиском наиболее подходящих партнеров. На первоначальном уровне налаживания контактов предложения компаний автоматически рассылаются по всем авиаперевозчикам-членам МИТА. В случае положительного ответа сотрудники МИТА сообщают об этом компании - автору запроса. Далее начинаются прямые контакты специалистов обеих авиакомпаний.</p> <p>География полетов География полетов авиакомпании ежегодно расширяется и насчитывает более 120 направлений.</p> <p>В 2010 году появились новые регулярные рейсы из Москвы в Иркутск, Краснодар, Геленджик; из Новосибирска в Санкт-Петербург, Владивосток, Краснодар и др.</p> <p>Из Екатеринбурга были открыты международные рейсы в Рим, Софию, Барселону, Стамбул; в Дубай из Уфы и Казани; из Самары в Пулу и Тиват и др.</p> <p>Специальные программы авиакомпании «Уральские авиалинии» в авиакомпании «Уральские авиалинии» успешно работает несколько программ, рассчитанных на самые широкие слои населения. Разработаны и успешно реализуются бонусная программа для пассажиров «Крылья», программа для юридических лиц «Корпоративный клиент». Полный комплекс услуг по организации туристических и деловых поездок в России и за рубежом оказывают Клуб Путешествий «Крылья» и международный туроператор «Европорт».</p> <p>В авиакомпании успешно продолжает функционировать бонусная программа для пассажиров «Крылья» (FFP), которая в 2007 году была значительно модернизирована.</p> <p>За каждый полет на регулярных рейсах Авиакомпания «Уральские авиалинии» пассажир получает на свой личный счет бонусные рубли в размере 10% от оплаченного тарифа без учета топливного сбора. Накопив определенное количество бонусных рублей, пассажир сможет совершить премиальный полет. За годы своего существования программа авиакомпании активно развивалась, количество участников по сравнению с 2009 годом увеличилось больше чем в 2 раза. Это результат активного продвижения программы и регулярно проводимых специальных предложений и акций.</p> <p>Социальная политика авиакомпании Ежегодно по государственным и собственным льготам пролетает до 50 000 пассажиров. Среди них следующие категории граждан: дети, студенты, молодежь, пенсионеры, многодетные матери. Не первый год по договору с Министерством обороны действует программа по обеспечению всех военных перевозок. Аналогичная программа сотрудничества работает с Министерством внутренних дел и Пограничной службой РФ.</p> <p>Спонсорская помощь и участие в благотворительных мероприятиях являются неотъемлемой частью социальной политики компании.</p> <p>Авиакомпания активно участвует в общественных, спортивных, светских и концертных мероприятиях в качестве спонсора. Помимо спонсорских проектов, каждый год руководство авиакомпании способствует развитию благотворительных программ. Помогать тем, кто нуждается в помощи - это не пустые слова. В 2010 году значительная сумма денежных средств была перечислена в адрес религиозных структур, спортивных и общественных организаций, выделяется материальная помощь ветеранам и детским организациям. Большая часть средств была направлена на строительство Богородице-Касперского храма для работников авиакомпании и жителей посёлка Кольцово.</p> <p>Конкуренты компании: «Российские авиалинии» (Москва), «Flydubai» (Дубай, ОАЭ), «Lufthansa» (Германия), «Трансаэро» (Москва).</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Плюсы и минусы авиакомпании «Уральские авиалинии»</p> <p>Плюсы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Широкая география полетов; - Гарантия безопасности полетов; - Постоянно приумножаемый парк современных воздушных судов; - Элитные пилоты и первоклассные инженеры; - Опытные менеджеры и подготовленные бортпроводники; - Современное качество и полный объем услуг; - «Уральские авиалинии» входит в число 10 ведущих российских авиакомпаний по уровню безопасности и объему перевозок; - Высокий уровень сервиса; - Быстрота обслуживания; - Наличие безналичного расчета. <p>Минусы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Задержки рейсов; - Большое количество старых самолетов; - Завышена стоимость билета. <p>Понятие «кризис» применительно для данной компании. Кризис - это любое отклонение от привычного режима функционирования системы Авиакомпании «Уральские авиалинии» или отдельного ее элемента, вызывающее стрессовые реакции пассажиров, персонала, клиентов компании, а так же СМИ и характеризующееся необходимостью принятия нестандартных решений, мобилизации профессионально-личностного потенциала и наличием как отрицательных, так и положительных последствий.</p> <p>Произошедшие ранее кризисы. 6 июля 2004 года в аэропорту «Алькель» (Норильск) при движении на стоянку после приземления, самолет ТУ-154 авиакомпании «Уральские авиалинии» с пассажирами на борту задел крылом автобус аэродромного обслуживания. В результате были повреждены и самолет и автобус. Никто из пассажиров не пострадал.</p> <p>По мнению специалистов, в столкновении самолета «Уральских авиалиний» с пассажирским автобусом виноваты две стороны – и пилот, и водитель автобуса. Комиссия выяснила, что при столкновении с автобусом командир не остановил самолет и тем самым нарушил так называемые «Наставления по производству полетов». Автобус аэродромного обслуживания также стоял в неполюженном месте. Кроме того, комиссия признала, что после столкновения самолета и автобуса из топливного бака воздушного судна вытекало топливо. Ранее представители «Уральских авиалиний» категорически отрицали факт повреждения топливного бака лайнера и то, что после аварии из него начало вытекать топливо, создавая дополнительную угрозу безопасности пассажиров.</p> <p>В 2004 году самолеты авиакомпании "Уральские авиалинии" совершили 6 вынужденных посадок. Все, по информации Минтранса России, произошли из-за различных неполадок в двигателях, а именно срабатывала сигнализация, в такой ситуации пилот должен заглушить двигатель. После проведения экспертизы выяснилось, что вынужденные посадки самолетов происходили из-за нестерильного производства на ремонтных заводах.</p> <p>Возможные кризисные ситуации и целевые аудитории для каждой ситуации</p> <ul style="list-style-type: none"> - Задержки рейсов ЦА: Пассажиры задержанного рейса, клиенты, аэропорт конечной станции, сотрудники авиакомпании и аэропортов, СМИ. - Захват воздушного судна (терроризм) ЦА: пострадавшие пассажиры, родственники пострадавших, клиенты авиакомпании, сотрудники компании, СМИ, органы проверки. - Катастрофы (крушение воздушного судна) ЦА: родственники погибших (пострадавших), клиенты авиакомпании, сотрудники, население места крушения, СМИ, органы проверки. - Вынужденные посадки ЦА: пассажиры, клиенты, родственники, СМИ, аэропорт. - Недовольство пассажиров обслуживанием ЦА: пассажиры и клиенты авиакомпании, сотрудники, туроператоры, СМИ.
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>- Обнаружение на борту судна предметов, угрожающих здоровью или жизни человека ЦА: пассажиры рейса, клиенты, сотрудники, СМИ, органы проверки.</p> <p>- Пищевые отравления пассажиров ЦА: пострадавшие, клиенты, сотрудники, СМИ, органы проверки</p> <p>- Утечка информации ЦА: СМИ, сотрудники авиакомпании, партнеры.</p> <p>- Резкий спад продаж авиабилетов ЦА: клиенты, СМИ.</p> <p>- Нападки конкурентов ЦА: клиенты, сотрудники, партнеры, аэропорты, СМИ, органы контроля и т.д. (в зависимости от конкретной ситуации).</p> <p>- Негативные результаты проверок различными органами (налоговая, прокуратура, Ространснадзор, СЭС и т.д.). ЦА: соответствующие органы, работники авиакомпании, СМИ</p> <p>- Отмена рейсов ЦА: пассажиры отмененного рейса, клиенты авиакомпании, СМИ.</p> <p>- Технические неполадки воздушного судна ЦА: клиенты и сотрудники авиакомпании, СМИ, органы проверки.</p> <p>Описание кризисной ситуации При взлете самолет авиакомпании «Уральские авиалинии» попал в выбоину на взлетной полосе, колесо лопнуло, самолет зацепил крылом полосу, выехал за ее пределы и врезался в ограждение. Жертв нет, травмы получили 19 человек. В больницах города – 11. Опишите целевые аудитории кризиса, составьте диаграмму баланса интересов.</p> <p>Задание 1. На основании данных по ситуации с «Уральскими авиалиниями» составьте план проведения антикризисной пресс-конференции.</p> <p>Задание 2. На основании данных по ситуации с «Уральскими авиалиниями» составьте план антикризисного пресс-тура.</p> <p>Задание 3. На основании данных по ситуации с «Уральскими авиалиниями» напишите антикризисное выступление от первого лица компании.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Критерии оценки учебных действий обучающихся на практических занятиях

Оценка	Характеристики ответа студента
Отлично	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
Хорошо	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
Удовлетворительно	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение.
Неудовлетворительно	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

7.2. ФОС для проведения промежуточной аттестации.

7.2.1. Задания для оценки знаний к зачету с оценкой

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их	УК-2 – 31	Перечень вопросов 1. Понятие кризис. Типология кризисов. 2. Диагностика кризиса: признаки кризиса. 3. Возникновение и течение кризисных ситуаций. 4. Репутационные и юридические последствия кризисов.
	УК-2 – 32	Перечень вопросов 1. Мониторинг среды: источники информации, анализ рисков

решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений		2. Антикризисные программы как постоянное направление деятельности специалиста. 3. Цели и меры антикризисной PR-профилактики. 4. Превентивная подготовка антикризисной команды.
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3 – 31	Перечень вопросов 1. Объекты кризиса в поле внимания антикризисных PR. 2. Роль общего менеджмента в предотвращении кризисов 3. Антикризисная программа как стратегия, этапы планирования. 4. Комплексные циклы действий в кризисной ситуации.

7.2.2. Задания для оценки умений к зачету с оценкой

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – У1	Примерный перечень 1. Социально-психологические аспекты состояния внутренней общественности организации. 2. Проблемы сотрудников организации в период кризиса. 3. Оптимизация коммуникаций с сотрудниками. 4. Особенности подготовки сообщений для целевых аудиторий в период кризиса.
	УК-2 – У2	Перечень вопросов 1. Поддержание и коррекция имиджа как повседневный PR. 2. Оперативное реагирование на события как повседневный PR. 3. Постоянные коммуникации с референтными группами, создание круга «друзей» организации. 4. Внутренняя общественность организации: понятие «команды». Формирования «команды»
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3 – У1	Перечень вопросов 1. Программы лояльности сотрудников организации как фактор устойчивости. 2. Корпоративная идентичность, философия компании как факторы устойчивости организации в период кризиса. 3. Корпоративная культура как фактор лояльности сотрудников организации. 4. Лоббирование как фактор защиты интересов предприятия.
	ПК-3 – У2	Перечень вопросов 1. Судебные иски как средство PR. 2. Защита информации в бизнесе как антикризисный PR 3. Управление слухами как антикризисный PR. 4. Работа с потребителями (обратная связь) как антикризисный PR.

7.2.3. Задания для оценки владений, навыков к зачету с оценкой

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-2	УК-2 – В1	Перечень вопросов

Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений		<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа со СМИ как ключевой аудиторией в период кризиса. 2. Коммуникации с инвесторами в период кризиса. 3. Проблемы и кризисы общественного сектора. 4. Политические кризисы, понятие, объекты. 5. Технологии политической борьбы в сфере коммуникаций.
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других СМИ и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3 – В1	<p style="text-align: center;">Перечень вопросов</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Политический капитал: имиджевые потери. 2. Технологии нейтрализации «черного PR». 3. Понятие антикризисный консалтинг, функции консультанта. 4. Организация работы консультанта. 5. Преимущества системы персонального антикризисного консалтинга.

Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

8.1. Основная учебная литература:

1. Чумиков А., Бочаров М., Самойленко С. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие - Москва: Издательский дом «Дело», 2016

Чумиков, А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. : ил. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-7749-1135-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983> (14.08.2017).

2. Марусева И. В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах : (подготовка к экзамену): учебное пособие для вузов - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2014

Марусева, И.В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах: (подготовка к экзамену) : учебное пособие для вузов / И.В. Марусева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 214 с. : рис., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3089-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256547> (14.08.2017).

3. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации : реклама, публик рилейшнз, брендинг: учебное пособие - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016

Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-00792-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044> (15.09.2018).

8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Булатова С. Н. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие - Кемерово: КемГУКИ, 2012

Булатова, С.Н. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / С.Н. Булатова. - Кемерово : КемГУКИ, 2012. - 80 с. - ISBN 978-5-8154-0229-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227790> (14.08.2017).

2. Гринберг, Татьяна Эдуардовна.

Политические технологии: PR и реклама [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Гринберг Татьяна Эдуардовна. - 2-е изд., испр. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 280 с. - гриф УМО. - ISBN 978-5-7567-0639-0 : 280-00.

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

https://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook_150.html	Файншмидт, Е.А. Антикризисный PR: Учебное пособие. Московский государственный университет экономики статистики и информатики.
https://klex.ru/83h	Ольшевский, А.С. Антикризисный PR и консалтинг.
http://www.advertology.ru/	Бибанов О. Неподконтрольный обстоятельствам. Кризисный PR наступает

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

Основными видами аудиторной работы обучающегося при изучении дисциплины являются лекции и семинарские занятия. Обучающийся не имеет права пропускать без уважительных причин аудиторные занятия, в противном случае он может быть не допущен к зачету/экзамену.

На лекциях даются и разъясняются основные понятия темы, связанные с ней теоретические и практические проблемы, рекомендации для самостоятельной работы. В ходе лекции обучающийся должен внимательно слушать и конспектировать лекционный материал.

Завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины семинарские занятия. Они служат для контроля подготовленности обучающегося; закрепления изученного материала; развития умения и навыков подготовки докладов, сообщений по естественнонаучной проблематике; приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии.

Семинару предшествует самостоятельная работа обучающегося, связанная с освоением лекционного материала и материалов, изложенных в учебниках, учебных пособиях и в рекомендованной преподавателем тематической литературе. По согласованию с преподавателем или его заданию обучающийся может готовить рефераты по отдельным темам дисциплины. Примерные темы докладов, рефератов и вопросов для обсуждения приведены в настоящих рекомендациях.

10.1. Работа на лекции.

Основу теоретического обучения обучающихся составляют лекции. Они дают систематизированные знания обучающимся о наиболее сложных и актуальных философских проблемах. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению обучающимися изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Излагаемый материал может показаться обучающимся сложным, необычным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных отраслей науки, религии, истории, практики. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, обучающиеся должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета.

Обучающиеся должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Обучающимся, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

10.2. Работа с конспектом лекций.

Просмотрите конспект сразу после занятий. Отметьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам и тестам.

10.3. Выполнение практических работ.

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у обучающихся.

Практическое занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи занятия, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы. Дается список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к занятию.

Подготовка обучающихся к занятию включает:

- заблаговременное ознакомление с планом занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение обучающимися знаний, но и направленных на развитие у них творческого мышления, научного мировоззрения. Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, обучающимся необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1-2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий. Обучающийся должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам практических занятий.

10.4. Подготовка докладов, фиксированных выступлений и рефератов.

При подготовке к докладу по теме, указанной преподавателем, обучающийся должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 10-15 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Рекомендации к выполнению реферата:

1. Работа выполняется на одной стороне листа формата А 4.
2. Размер шрифта 14, межстрочный интервал (одинарный).
3. Объем работы должен составлять от 10 до 15 листов (вместе с приложениями).
4. Оставляемые по краям листа поля имеют следующие размеры:
Слева - 30 мм; справа - 15 мм; сверху - 15 мм; снизу - 15 мм.
5. Содержание реферата:
 - *Титульный лист.*
 - *Содержание.*
 - *Введение.*

Введение должно включать в себя краткое обоснование актуальности темы реферата. В этой части необходимо также показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и какое может иметь практическое значение.

- *Основной материал.*
- *Заключение.*

Заключение - часть реферата, в которой формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выполнение поставленных во введении задач и целей. Заключение должно быть чётким, кратким, вытекающим из основной части.

- *Список литературы.*

6. Нумерация страниц проставляется в правом нижнем углу, начиная с введения (стр. 3). На титульном листе и содержании, номер страницы не ставится.

7. Названия разделов и подразделов в тексте должны точно соответствовать названиям, приведённым в содержании.

8. Таблицы помещаются по ходу изложения, должны иметь порядковый номер. (Например: Таблица 1, Рисунок 1, Схема 1 и т.д.).

9. В таблицах и в тексте следует укрупнять единицы измерения больших чисел в зависимости от необходимой точности.

10. Графики, рисунки, таблицы, схемы следуют после ссылки на них и располагаются симметрично относительно центра страницы.

11. В списке литературы указывается полное название источника, авторов, места издания, издательство, год выпуска и количество страниц.

10.5. Разработка электронной презентации.

Распределение тем презентации между обучающимися и консультирование их по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату. Приступая к подготовке письменной работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучающиеся представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу.

По согласованию с преподавателем, материалы презентации обучающийся может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов -это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами – не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;

- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;

- размер шрифта должен быть: 24–54 пункта (заголовки), 18–36 пунктов (обычный текст);

- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;

- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;

- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;

- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;

-использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись.

Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

-списки на слайдах не должны включать более 5–7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов – в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

10.6. Методика работы с обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

В Институте созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в Институте комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте Института.

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие лифта, пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия: для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске); внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание); разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет: использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения; регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений; обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной

программой Института по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия: ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий; в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию Института для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается; действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений; предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.

При проведении лекционных занятий по дисциплине преподаватель использует аудиовизуальные, компьютерные и мультимедийные средства обучения Института, а также демонстрационные (презентации) и наглядно-иллюстрационные (в том числе раздаточные) материалы.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся с использованием компьютерного и мультимедийного оборудования Института, при необходимости – с привлечением полезных Интернет-ресурсов и пакетов прикладных программ.

Лицензионное программно-информационное обеспечение	Microsoft Windows, Microsoft Office, Google Chrome, KasperskyEndpointSecurity
Современные профессиональные базы данных	1. Консультант+ 2. Справочная правовая система «ГАРАНТ».
Информационные справочные системы	1. Электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Современные цифровые технологии» 2. https://elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 3. https://www.rsl.ru - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 4. https://link.springer.com - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 5. https://zbmath.org - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)

12. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНЫХ АУДИТОРИЙ И ОБОРУДОВАНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).

Учебные занятия по дисциплине проводятся в специализированной аудитории, оборудованной ПК, с возможностями показа презентаций. В процессе чтения лекций, проведения семинарских и практических занятий используются наглядные пособия, комплект слайдов, видеороликов.

Применение ТСО (аудио- и видеотехники, мультимедийных средств) обеспечивает максимальную наглядность, позволяет одновременно тренировать различные виды речевой деятельности, помогает корректировать речевые навыки, способствует развитию слуховой и зрительной памяти, а также усвоению и запоминанию образцов правильной речи, совершенствованию речевых навыков.

Перечень оборудованных учебных аудиторий и специальных помещений

<p>№ 403а Кабинет рекламы и связей с общественностью Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа</p> <ul style="list-style-type: none">- доска- стол преподавателя- кресло для преподавателя- компьютер- принтер- телевизор- комплекты учебной мебели- учебно-наглядные пособия- шкаф для хранения пособий <p>Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>
<p>№ 403а Кабинет рекламы и связей с общественностью Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <ul style="list-style-type: none">- доска- стол преподавателя- кресло для преподавателя- компьютер- принтер- телевизор- комплекты учебной мебели- учебно-наглядные пособия- шкаф для хранения пособий <p>Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>
<p>№ 404, 511 Помещения для самостоятельной работы</p> <ul style="list-style-type: none">- комплекты учебной мебели- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду <p>Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),</p>

<p>Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016), Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛДЗ/2023 от 01 декабря 2022 года).</p>
<p>№ 404 Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет - комплекты учебной мебели; - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему. Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016), Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛДЗ/2023 от 01 декабря 2022 года).</p>
<p>№ 401 Актный зал для проведения научно-студенческих конференций и мероприятий - специализированные кресла для актовых залов - сцена - трибуна - экран - технические средства, служащие для представления информации большой аудитории - компьютер - демонстрационное оборудование и аудиосистема - микрофоны Программное обеспечение: Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019), Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>
<p>№ 515 Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования - стеллажи - учебное оборудование</p>

Разработчик: Шаркова И.В.