

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и управление в гостиничном бизнесе и туризме

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Связи с общественностью в кризисных ситуациях**

**Москва
2022**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Юдин И.В.
	Идентификатор	R8a1472e1-YudinIV-667968f0

(подпись)

И.В. Юдин

(расшифровка
подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

(должность, ученая степень, ученое
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Жохова П.Е.
	Идентификатор	R5c95669a-ZhokhovaPY-06a87af4

(подпись)

П.Е. Жохова

(расшифровка
подписи)

Заведующий
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка
подписи)

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта и организовывать управление рекламными коммуникациями в процессе ее реализации

ИД-2 Выбирает оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта

ИД-3 Организовывает управление рекламными коммуникациями

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Выступление (доклад)

1. Принципы организации антикризисной PR-кампании (Эссе)

Форма реализации: Письменная работа

1. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR. Тестирование (Тестирование)

2. Основы планирования антикризисных коммуникаций (Контрольная работа)

3. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия (Контрольная работа)

Форма реализации: Устная форма

1. Система антикризисного управления персоналом предприятия. Индивидуальное задание (Доклад)

БРС дисциплины

8 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
	Срок КМ:	4	8	12	14	16
Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR						
Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR	+					
Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия						
Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия			+			

Основы планирования антикризисных коммуникаций					
Правила поведения и практические рекомендации в отношениях со СМИ			+		
Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR			+		
Принципы организации антикризисной PR-кампании					
Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса				+	
Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении				+	
Связи с общественностью при банкротстве организации				+	
Система антикризисного управления персоналом предприятия					
Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса					+
Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии					+
Вес КМ:	10	15	15	30	30

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ПК-1	ИД-2ПК-1 Выбирает оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта	Знать: знать основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России Уметь: применять профессиональные методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике в кризисных ситуациях прогнозировать и моделировать социальные последствия принимаемых решений в сфере коммуникационного менеджмента, на этой основе добиваться оптимальных управленческих решений, сочетающих в себе как повышение качества жизни людей, так и решение институциональных задач	Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR. Тестирование (Тестирование) Основы планирования антикризисных коммуникаций (Контрольная работа) Принципы организации антикризисной PR-кампании (Эссе)

ПК-1	ИД-3 _{ПК-1} Организует управление рекламными коммуникациями	Знать: основные виды PR-деятельности в некоммерческих и бизнес организациях с учетом специфики работы самих этих структур и их классификации Уметь: выстраивать стратегию коммуникационного действия в кризисной ситуации и находить методы решения коммуникационных проблем в контексте всех имеющихся регуляторов (экономических, политических, социальных и т. д.)	Стадия кризиса и посткризисные мероприятия (Контрольная работа) Система антикризисного управления персоналом предприятия. Индивидуальное задание (Доклад)
------	--	---	--

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR. Тестирование

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 10

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 30 минут. Количество попыток не более 3х.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знаний внутренней и внешней среды организации

Контрольные вопросы/задания:

Знать: знать основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России	1.Кризис не является абсолютно негативным явлением для деятельности любой организации: 1. Да. 2. Нет. 3. Да, если кризис не носит системного характера. 4. Да, если кризис не связан с финансами организации. Ответ: 3 2.Что является определяющим при формировании программы антикризисного PR? 1. Факторы кризиса. 2. Причины кризиса. 3. Симптомы кризиса. 4. Протяженность кризиса. Ответ: 2 3.Ключевые свойства, которыми должна обладать система антикризисных PR-мероприятий, это: 1. снижение централизма; 2. усиление интеграционных процессов; 3. усиление неформального управления, мотивация энтузиазма и терпения; 4. гибкость и адаптивность; 5. диверсификация управления. Ответ: 1, 2, 3, 4, 5 4.Нормативная деятельность антикризисной PR-команды в рамках своей компетенции заключается в: 1. разработке и продвижении законопроектов, направленных на поддержание организации; 2. разработке регламентов взаимодействия
---	---

	организации со СМИ; 3. разработке регламентации взаимодействия с населением; 4. подготовке локальных нормативных актов, направленных на сохранение внутренней стабильности организации. Ответ: 1, 2, 3, 4 5. Системный характер антикризисного PR включает в себя совокупность следующих подходов: 1. структурно-политического; 2. органического; 3. социально-политического; 4. психологического; 5. диспареунистского. Ответ: 1, 3, 4
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-2. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольная работа проводится в рамках практического занятия. Время на работу - не более одного часа.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знаний правил реализации базовых посткризисных мероприятий

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные виды PR-деятельности в некоммерческих и бизнес организациях с учетом специфики работы самих этих структур и их классификации	1. Кризис организаций: сущность, виды и основные причины возникновения. 2. Распознавание кризисного состояния организации как задача принятия решения в условиях с риском. Основные этапы распознавания.
--	--

	3. Теория и практика отечественного антикризисного PR. 4. Теория и практика зарубежного антикризисного PR. 5. Типовой план антикризисного PR.
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-3. Основы планирования антикризисных коммуникаций

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольная работа проводится в рамках практического занятия. Время на работу - не более одного часа.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку умений планировать антикризисные коммуникации

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: применять профессиональные методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике в кризисных ситуациях	1. Использование пресс-релизов в антикризисных коммуникациях. 2. Использование факт-листов, вопросов-ответов в антикризисных коммуникациях. 3. Использование пресс-конференции в антикризисных коммуникациях. 4. Антикризисные пресс-туры и брифинги при взаимодействии с журналистами.
---	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-4. Принципы организации антикризисной PR-кампании

Формы реализации: Выступление (доклад)

Тип контрольного мероприятия: Эссе

Вес контрольного мероприятия в БРС: 30

Процедура проведения контрольного мероприятия: Эссе выполняется и подготавливается самостоятельно. На его основе подготавливается доклад

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку умений организовывать антикризисную PR-кампанию

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: прогнозировать и моделировать социальные последствия принимаемых решений в сфере коммуникационного менеджмента, на этой основе добиваться оптимальных управленческих решений, сочетающих в себе как повышение качества жизни людей, так и решение институциональных задач	1. Принципы антикризисных PR. 2. Типология кризиса внутри организации.
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно, оригинальность превышает 75%

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если тема раскрыта, оригинальность работы превышает 50%

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено, оригинальность превышает 25%

КМ-5. Система антикризисного управления персоналом предприятия.

Индивидуальное задание

Формы реализации: Устная форма

Тип контрольного мероприятия: Доклад

Вес контрольного мероприятия в БРС: 30

Процедура проведения контрольного мероприятия: Доклад готовится по заданной тематике. Примеры тем: - Сущность и формы кризиса персонала организации, - Психолого-управленческая концепция кризисных и антикризисных менеджеров, - Подбор и подготовка антикризисных менеджеров, - Факторы состояния и поведения персонала в условиях кризиса, - Стратегия и политика управления персоналом кризисной организации - Организация деятельности по антикризисному управлению персоналом, - Психологическое сопровождение процесса антикризисного управления персоналом.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку умений управлять персоналом в кризисной ситуации

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: выстраивать стратегию коммуникационного действия в кризисной ситуации и находить методы решения коммуникационных проблем в контексте всех имеющихся регуляторов (экономических, политических, социальных и т. д.)	1.Диагностика кризиса в связях с общественностью. 2.Организационные аспекты антикризисного PR: ответственные лица, структуры и планирование. 3.Особенности работы с различными заинтересованными сторонами в антикризисном PR.
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если тема раскрыта

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

НИУ «МЭИ»	Министерство науки и высшего образования РФ	Утверждено на заседании кафедры РСиЛ. Протокол №__от __мая 2022 года.
		Зав. кафедрой РСиЛ: Гаврилова Ю.В.
		НИУ «МЭИ» Кафедра РСиЛ
		Дисциплина Связи с общественностью в кризисных ситуациях ГПИ, 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №2		
1. Распознавание кризисного состояния организации как задача принятия решения в условиях с риском. Основные этапы распознавания		
2. Использование пресс-конференции в антикризисных коммуникациях		
3. Практическое задание		
Лектор потока к.полит. н., доц. каф. РСиЛ Юдин И.В.		

Процедура проведения

Экзамен проходит в форме ответа на вопросы билета - проверяется умение аргументировать свой ответ с использованием учебного материала. Время на подготовку ответа - не более 60 минут. На ответ обучающегося выделяется не более 0.5 академического часа.

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-2ПК-1 Выбирает оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта

Вопросы, задания

- 1.Кризис организаций: сущность, виды и основные причины возникновения.
- 2.Распознавание кризисного состояния организации как задача принятия решения в условиях с риском. Основные этапы распознавания.
- 3.Теория и практика отечественного антикризисного PR.
- 4.Теория и практика зарубежного антикризисного PR.
- 5.Антикризисный PR: понятие, виды и принципы.
- 6.Этапы антикризисного PR и их содержание.
- 7.Типовой план антикризисного PR.
- 8.Принципы антикризисных PR.

9. Типология кризиса в PR.
10. Типология кризиса внутри организации.
11. Диагностика кризиса в связях с общественностью.
12. Репутация как основной экономический ресурс в период кризиса.
13. Использование пресс-релизов в антикризисных коммуникациях.

Материалы для проверки остаточных знаний

1. В организациях желательны конфликты, которые:
Ответы:
а) помогают увидеть разнообразие точек зрения
б) приводят к образованию противоборствующих группировок
в) приводят к увольнению сотрудников
Верный ответ: а)
2. Специалист по управлению в рискованных ситуациях:
Ответы:
а) управленец
б) риск-менеджер
в) пиарщик
Верный ответ: б)
3. Особенность процесса обоснования стратегии в антикризисном управлении организацией состоит в том, что на ... этапе предусмотрено обязательное сравнение маркетинговой стратегии и цели, а также рыночных возможностей организации
Ответы:
а) первом
б) четвертом
в) третьем
Верный ответ: а)
4. При переходе власти характер сопротивления:
Ответы:
а) упрощается
б) усложняется
в) не меняется
Верный ответ: б)
5. Кризисы, охватывающие всю социально-экономическую систему, называются:
Ответы:
а) общие кризисы
б) микрокризисы
в) макрокризисы
Верный ответ: а)

2. Компетенция/Индикатор: ИД-ЗПК-1 Организует управление рекламными коммуникациями

Вопросы, задания

1. Организационные аспекты антикризисного PR: ответственные лица, структуры и планирование.
2. Особенности работы с различными заинтересованными сторонами в антикризисном PR.
3. Антикризисный PR в процедурах банкротства: содержательные и финансовые аспекты.
4. Работа с имиджем организации и первого лица в период кризиса.
5. Использование факт-листов, вопросов-ответов в антикризисных коммуникациях.
6. Использование пресс-конференции в антикризисных коммуникациях.
7. Антикризисные пресс-туры и брифинги при взаимодействии с журналистами.

Материалы для проверки остаточных знаний

1. В структуре причин трудовых конфликтов на российских предприятиях наиболее распространенной была следующая:

Ответы:

- а) низкий уровень оплаты труда
- б) невыплата заработной платы
- в) плохие условия работы

Верный ответ: а)

2. Политика, обеспечивающая правомерность и допустимость риска конкретного вида в рискованных решениях, разрабатываемых применительно к конкретным социально-экономическим системам и ситуациям – это ... управления риском

Ответы:

- а) система
- б) группа
- в) стратегия

Верный ответ: в)

3. Чем меньше значения отклонений по основным параметрам деятельности предприятия, тем меньше:

Ответы:

- а) прибыль
- б) опасность
- в) риск

Верный ответ: в)

4. Из внешних факторов следует отметить источники управленческого риска, вызванные кризисом социально-экономического развития страны и отдельных регионов, а также рыночные источники:

Ответы:

- а) социально-экономического развитие человека
- б) маркетинг
- в) социально-экономического развития страны

Верный ответ: в)

5. Комплекс мероприятий, которые организация намечает выполнить для стабилизации ситуации на рынке и по выходу из кризиса, – это такая антикризисная программа:

Ответы:

- а) дополнительная
- б) добавочная
- в) маркетинговая

Верный ответ: в)

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "ОТЛИЧНО" выставляется студенту в случае, если дан правильный и полный ответ не менее, чем на 85%

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 75

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "ХОРОШО" выставляется студенту в случае, если дан правильный и полный ответ не менее, чем на 75%. При ответе допустил незначительные ошибки и не показал необходимой полноты знаний.

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 75

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО" выставляется студенту в случае, если дан правильный и полный ответ не менее, чем на 50%.
При ответе допустил значительные неточности и не показал полноты знаний.

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка определяется как синтезированная по совокупности результатов текущего контроля успеваемости, результатов промежуточной аттестации, в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ»