

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

Направление подготовки/специальность: 44.03.01 Педагогическое образование

Наименование образовательной программы: Русский язык как иностранный

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины
ПСИХОЛИНГВИСТИКА

Блок:	Блок 1 «Дисциплины (модули)»
Часть образовательной программы:	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
№ дисциплины по учебному плану:	Б1.Ч.08
Трудоемкость в зачетных единицах:	7 семестр - 4;
Часов (всего) по учебному плану:	144 часа
Лекции	7 семестр - 20 часов;
Практические занятия	7 семестр - 20 часов;
Лабораторные работы	не предусмотрено учебным планом
Консультации	7 семестр - 2 часа;
Самостоятельная работа	7 семестр - 101,5 часа;
в том числе на КП/КР	не предусмотрено учебным планом
Иная контактная работа	проводится в рамках часов аудиторных занятий
включая: Тестирование Контрольная работа Эссе Доклад	
Промежуточная аттестация:	
Экзамен	7 семестр - 0,5 часа;

Москва 2026

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Сергеева О.А.
	Идентификатор	Rc88e4bbb-SergeevaOA-c4994e63

О.А. Сергеева

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Сергеева О.А.
	Идентификатор	Rc88e4bbb-SergeevaOA-c4994e63

О.А. Сергеева

Заведующий выпускающей
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Сергеева О.А.
	Идентификатор	Rc88e4bbb-SergeevaOA-c4994e63

О.А. Сергеева

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование навыков использования техник и технологий связей с общественностью в период кризисных ситуаций, как на организационном уровне, так и в системе государственного и муниципального управления.

Задачи дисциплины

- понимать природу современных связей с общественностью;
- изучить современные принципы антикризисного управления;
- выявлять и анализировать основные стратегии и тактики антикризисных PR-кампаний;
- раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения антикризисных PR-кампаний;
- применять различные методы решения организационных, технологических и других проблем в ходе проведения PR-кампаний в условиях кризисных ситуаций.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-3 Способен формировать в процессе обучения РКИ коммуникативную, социолингвистическую и лингвокультурологическую компетенции обучающихся	ИД-1ПК-3 Владеет основными методами и приемами формирования коммуникативной, социолингвистической и лингвокультурологической компетенции на занятиях русского языка как иностранного	знать: - основные виды PR-деятельности в некоммерческих и бизнес организациях с учетом специфики работы самих этих структур и их классификации. 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; - применять основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России в кризисных ситуациях; - выстраивать стратегию коммуникационного действия в кризисной ситуации и находить методы решения коммуникационных проблем в контексте всех имеющихся регуляторов (экономических, политических, социальных и т. д.).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Русский язык как иностранный (далее – ОПОП), направления подготовки 44.03.01 Педагогическое образование, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Требования к входным знаниям и умениям:

- знать основные теоретические концепции теории коммуникации в зарубежной и отечественной исследовательских традициях
- знать структуру взаимодействия СМИ и аудитории, характер коммуникационных связей в обществе как информационно-знаковых систем
- уметь использовать теоретические знания в анализе текущих коммуникационных процессов в обществе, а также в совершенствовании профессионального мастерства

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания
				Контактная работа							СР			
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль	
КПР	ГК	ИККП	ТК											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	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	22	7	4	-	4	-	-	-	-	-	14	-	<u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR" <u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR" <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях
1.1	Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR	11		2	-	2	-	-	-	-	-	7	-	
1.2	Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия	11		2	-	2	-	-	-	-	-	7	-	

2	Основы планирования антикризисных коммуникаций	22		4	-	4	-	-	-	-	-	14	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Основы планирования антикризисных коммуникаций"
2.1	Правила поведения и практические рекомендации в отношениях со СМИ	11		2	-	2	-	-	-	-	-	7	-	<u>Подготовка к контрольной работе:</u> Изучение материалов по разделу "Основы планирования антикризисных коммуникаций" и подготовка к контрольной работе
2.2	Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR	11		2	-	2	-	-	-	-	-	7	-	<u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Основы планирования антикризисных коммуникаций" <u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Основы планирования антикризисных коммуникаций" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], 17-77
3	Принципы организации антикризисной PR-кампании	36		6	-	6	-	-	-	-	-	24	-	<u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Принципы организации антикризисной PR-кампании" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях
3.1	Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса	12		2	-	2	-	-	-	-	-	8	-	<u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Принципы организации антикризисной PR-кампании"
3.2	Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении	12		2	-	2	-	-	-	-	-	8	-	<u>Подготовка расчетно-графического задания:</u> В рамках расчетно-графического задания выполняется реферат (альтернатива: эссе) с элементами проектирования. Задание выполняется индивидуально по тематике. В качестве тем задания применяются следующие: 1. Кризис репутации организации: сущность, причины, механизм, последствия. 2. Понятия и принципы
3.3	Связи с общественностью при банкротстве организации	12		2	-	2	-	-	-	-	-	8	-	

[illegible]

													имиджем и репутацией кризисного предприятия. 23. Анализ внутренней и внешней среды предприятия и ее переменных. 24. Основные направления деятельности антикризисного управляющего по улучшению финансового состояния предприятия. 25. Сущность, содержание и эффективность стратегического PR менеджмента. 26. Оценка эффективности стратегического PR менеджмента. 27. Связи с общественностью как технология и искусство создания доброго имени, деловой репутации и авторитета предприятий. 28. Исследование рыночных возможностей предприятия с позиций антикризисного PR. 29. Факторы маркетинговой среды, контролируемые в антикризисном менеджменте. 30. Технологии связей с общественностью в антикризисном управлении предприятием. 31. Формирование маркетинговых стратегий в антикризисном PR и их классификация. 32. Средства управления маркетингом в антикризисном PR. 33. Кадровая политика при реализации антикризисного PR. 34. Личность специалиста по связям с общественностью: профессионально-творческие, морально-этические, психологические качества. 35. Оптимальная модель службы антикризисного PR в управленческой структуре предприятий. 36. Задачи специалиста по связям с общественностью при подборе кадров в управлении кадровой политикой предприятия. 37. Социально-психологические аспекты управления персоналом на кризисных предприятиях. 38. Полномочия, задачи и функции арбитражного управляющего на различных этапах процедуры банкротства. 39.
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

													Источники, порядок и условия проведения антикризисного PR в период досудебной санации. 40. Внешнее управление как этап финансового оздоровления за счет реализации планов антикризисного PR и внешнего управляющего. 41. Правовые вопросы арбитражного управления. Имидж арбитражного управляющего. 42. Упреждающие методы арбитражного управления в связях с общественностью. 43. Публичное заявление арбитражных управляющих. Виды публичных заявлений.
4	Система антикризисного управления персоналом предприятия	28	6	-	6	-	-	-	-	-	16	-	<u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Система антикризисного управления персоналом предприятия"
4.1	Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса	12	2	-	2	-	-	-	-	-	8	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Система антикризисного управления персоналом предприятия"
4.2	Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии	16	4	-	4	-	-	-	-	-	8	-	<u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 4-77
	Экзамен	36.0	-	-	-	-	2	-	-	0.5	-	33.5	
	Всего за семестр	144.0	20	-	20	-	2	-	-	0.5	68	33.5	
	Итого за семестр	144.0	20	-	20	2	-	-	0.5	101.5			

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. 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

1.1. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR

Понятие PR. Р. Харлоу о понятии PR. Определения PR в современной науке. Сущность и содержание рекламы. Основные профессиональные термины и понятия. Соотношение понятий «связи с общественностью», «пропаганда», «реклама», «журналистика», «научно-информационная деятельность». Виды связей с общественностью (цветной PR). Социальные, экономические и политические предпосылки возникновения и развития связей с общественностью. Этапы становления профессиональной PR-деятельности. Исторические корни рекламы и PR (Древний Рим, Древняя Греция). Возникновение профессиональной рекламной и PR-деятельности. Современный этап развития PR и рекламы. Рекламная и PR-деятельность как индустрия в различных странах мира, ее потребители. Становление рекламной и PR-деятельности в 90-х гг. XX в. в России. Особенности развития рекламы и связей с общественностью в Российской Федерации. Подготовка PR-специалистов в России за рубежом..

1.2. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия

Основные организационные структуры рекламной и PR служб. Рекламное, PR агентство: структура, организация. Функции рекламной и PR служб. Место отдела рекламы и PR в структуре организации. Коммуникационная среда предприятия; виды коммуникаций. Взаимодействие службы PR с центральным аппаратом организации. Должностные обязанности специалиста в сфере рекламных и PR коммуникаций. Кадровый состав отдела. Сторонняя организация: достоинства и недостатки в сравнении с отделом внутри организации. Роль PR и рекламы в государственной системе. Цели, задачи, принципы и функции связей с общественностью в системе государственного управления. Модели связей с общественностью в государственном секторе: властвования и подчинения, переходная, управленческая. Структура российского государственного PR-рынка. Специфика функционирования службы по связям с общественностью на различных уровнях государственной власти. Методы работы с целевыми группами общественности. Взаимодействие государственных структур со СМИ. Отличия в PR-структурах в государственном и бизнес управлении..

2. Основы планирования антикризисных коммуникаций

2.1. Правила поведения и практические рекомендации в отношениях со СМИ

Цели рекламной и PR деятельности: продвижение на рынок товаров, продуктов и услуг, создание известности политическому лидеру, поиск и сплочение сторонников определенных идей или социальных институтов. Виды корпоративных документов: информационные, имиджевые корпоративные документы, рекламная продукция. Презентационный буклет, годовой отчет, письмо акционерам, летопись фирмы, биография руководства, слайдовый видеофильм. Место и роль рекламной и PR структуры в коммерческой организации. Цели, задачи, функции и особенности подразделения. Теория интегрированных маркетинговых коммуникаций. Реклама, PR и маркетинг: общие черты и различия. Основные цели и направления деятельности PR-отдела в коммерческих организациях. Спонсорство и благотворительность. Корпоративная и коммерческая реклама. Паблсити и мерчандайзинг. Организационные формы: PR-отдел, отдел корпоративных коммуникаций и корпоративных отношений. Специфика рекламной и PR-деятельности в промышленных, финансовых,

коммерческих корпорациях. Реклама и PR как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем..

2.2. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR

Основные виды специальных рекламных, PR-мероприятий и пресс-мероприятий. Церемонии открытия: цели, особенности подготовки, составление программы и сценария. Презентации и приемы: цели, этапы. Сценарий проведения мероприятий. Конференции: основные виды, этапы проведения. Организация дней открытых дверей, «круглых столов». Информационное сопровождение. Публичные выступления. Организация и проведение фестивалей и конкурсов. Использование знаменитостей. Брифинги и пресс-конференции: подготовка и проведение. Интервью. Интервью для печати. Интервью на TV. Пресс-релиз. Типы пресс-релизов. Бэкграундер, медиа-кит, обзорные статьи, авторские материалы в системе медиа-рилейшинз. Роль исследований в планировании PR-стратегии организации. Исследование и формулирование проблем, стоящих перед организацией. SWOT-анализ. Коммуникационный аудит. Исследование внешних и внутренних групп общественности. Выбор методов исследования. Первичные исследования. Прямое наблюдение. Виды социологических опросов. Глубинные, экспертные и фокусированные интервью. Модератор и его задачи в проведении фокус-групп. Современные методики обработки статистически значимых массивов данных. Информационный маркетинг. Повторные (мониторинговые и сравнительные) исследования. Мониторинг состояний информационной среды. Методы сбора информации. Первичные и вторичные источники информации. Пресс-клиппинг..

3. Принципы организации антикризисной PR-кампании

3.1. Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса

Функции литературной группы. Редактирование информационных листов и многотиражных газет. Роль рекламного менеджера и специалиста по связям со СМИ. Формирование и ведение баз медиа-данных. Участие в профессиональных объединениях журналистов. Подготовка и рассылка пресс-релизов, организация пресс-мероприятий. Креативные технологии в работе PR-отдела. Создание рекламной и имиджевой продукции, представительских фильмов и роликов. Этапы антикризисного PR и их содержание. Типовой план антикризисного PR. Маркетинг событий. Выставка, как одно из главных рекламных/PR мероприятий, особенности и этапы подготовки и участия. Принципы взаимодействия с внешним PR-агентством в рамках реализации антикризисной PR-кампании..

3.2. Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении

Квалификационные характеристики специалиста по рекламе и PR. Колесо образования С. Блэка. Практические навыки и умения в сфере рекламы и PR. Организационные аспекты антикризисного PR: ответственные лица, структуры и планирование. Особенности работы с различными заинтересованными сторонами в антикризисном PR. Этика и профессионализм. Выработка определенных стандартов поведения в соответствии с моральными ценностями и культурными нормами. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов в области связей с общественностью и рекламы; крупнейшие международные и национальные агентства; профессиональные издания. Законодательные нормы, применяемые в «public relations» и рекламе..

3.3. Связи с общественностью при банкротстве организации

Антикризисный PR в процедурах банкротства: содержательные и финансовые аспекты..

4. Система антикризисного управления персоналом предприятия

4.1. Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса

Современные методики системного анализа. Ситуационный анализ. Факторный анализ. Коммуникационный анализ. Контент-анализ. PR-менеджер. Менеджер по рекламе. Пресс-секретарь. Менеджер по работе со СМИ. Специалист по медиапланированию. Спичрайтер. Копирайтер. Стимулирование деятельности штатных сотрудников заинтересованными специалистами. Маркетинг событий. Выставка, как одно из главных рекламных/PR мероприятий, особенности и этапы подготовки и участия. Психологические характеристики специалиста. Образовательные программы. Спидоктор. Лоббист. Консультант по PR. Имиджмейкер..

4.2. Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии

Понятие конфликта в организации. Конфликт между работником и работодателем. Механизмы устранения трудовых конфликтов. Конфликт между сотрудниками. Медиаторство..

3.3. Темы практических занятий

1. Основные определения психолингвистики. Психолингвистика как теория речевой деятельности. Из истории психолингвистики. Психолингвистические идеи до возникновения психолингвистики. Возникновение психолингвистики;
2. Отличительные черты психолингвистики: учет фактора человека, учет фактора ситуации, опора на принцип эксперимента. Основные определения психолингвистики. Психолингвистика как теория речевой деятельности.;
3. Психолингвистика - наука о речевой деятельности людей.

3.4. Темы лабораторных работ не предусмотрено

3.5 Консультации

Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR"
2. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Основы планирования антикризисных коммуникаций"
3. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Принципы организации антикризисной PR-кампании"
4. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Система антикризисного управления персоналом предприятия"

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)				Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	
Знать:						
основные виды PR-деятельности в некоммерческих и бизнес организациях с учетом специфики работы самих этих структур и их классификации	ИД-1ПК-3	+				Тестирование/Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR. Тестирование
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.)	ИД-1ПК-3		+			Контрольная работа/Основы планирования антикризисных коммуникаций
применять основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России в кризисных ситуациях	ИД-1ПК-3			+		Эссе/Принципы организации антикризисной PR-кампании
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	ИД-1ПК-3				+	Доклад/Система антикризисного управления персоналом предприятия. Индивидуальное задание

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

7 семестр

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)

Форма реализации: Устная форма

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

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Экзамен (Семестр №7)

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»

В диплом выставляется оценка за 7 семестр.

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. Борботько, В. Г. Принципы формирования дискурса. От психолингвистики к лингвосинергетике / В. Г. Борботько. – М. : Эдиториал УРСС, 2006. – 288 с. – ISBN 5-484-00663-5.;
2. Аксенова К. А.- "Психолингвистика", Издательство: "Липецкий ГПУ", Липецк, 2023 - (81 с.)
<https://e.lanbook.com/book/355919>.

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Видеоконференции (Майнд, Сберджаз, ВК и др).

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>

2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. База данных журналов издательства Elsevier - <https://www.sciencedirect.com/>
5. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>
6. ЭБС "Консультант студента" - <http://www.studentlibrary.ru/>
7. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
8. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
9. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
10. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
11. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
12. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
13. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>
14. Информационно-справочная система «Кодекс/Техэксперт» - <Http://proinfosoft.ru;http://docs.cntd.ru/>
15. Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» - <https://openedu.ru>
16. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии - <http://protect.gost.ru/>
17. Открытая университетская информационная система «РОССИЯ» - <https://uisrussia.msu.ru>
18. Официальный сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации - <https://minobrnauki.gov.ru>
19. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки - <https://obrnadzor>
20. Федеральный портал "Российское образование" - <http://www.edu.ru>
21. Информиио - <https://www.informio.ru/>
22. АНО «Россия – страна возможностей» - <https://rsv.ru/education/>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	Ж-517, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	Ж-517, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	Ж-517, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая
Помещения для самостоятельной работы	Ж-115, Компьютерный класс ИВЦ	стол, стул, вешалка для одежды, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, компьютер персональный, кондиционер
Помещения для	Ж-526, Учебная	парта со скамьей, стол преподавателя,

консультирования	аудитория	стул, доска меловая
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	М-901а, Архивное помещение ГПИ	кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул, инвентарь учебный, книги, учебники, пособия, архивные документы

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Психолингвистика

(название дисциплины)

7 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR. Тестирование (Тестирование)
- КМ-2 Основы планирования антикризисных коммуникаций (Контрольная работа)
- КМ-3 Принципы организации антикризисной PR-кампании (Эссе)
- КМ-4 Система антикризисного управления персоналом предприятия. Индивидуальное задание (Доклад)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	4	8	12	16
1	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					
1.1	Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR		+			
1.2	Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия		+			
2	Основы планирования антикризисных коммуникаций					
2.1	Правила поведения и практические рекомендации в отношениях со СМИ			+		
2.2	Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR			+		
3	Принципы организации антикризисной PR-кампании					
3.1	Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса				+	
3.2	Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении				+	
3.3	Связи с общественностью при банкротстве организации				+	
4	Система антикризисного управления персоналом предприятия					
4.1	Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса					+

4.2	Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии				+
Вес КМ, %:		25	25	25	25