

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени И. Т. ТРУБИЛИНА»

Факультет управления  
Государственного и муниципального управления



УТВЕРЖДЕНО  
Декан  
Кудряков В.Г.  
Протокол от 28.04.2025 № 8

# **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

## **«АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОТНОШЕНИЯМИ»**

## Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

## **Направленность (профиль) подготовки: Государственное и муниципальное управление**

Квалификация (степень) выпускника: магистр

## Формы обучения: очная, заочная

Год набора (приема на обучение): 2025

Объем: в зачетных единицах: 2 з.е.  
в академических часах: 72 ак.ч.

2025

**Разработчики:**

Доцент, кафедра государственного и муниципального управления Бунтовский С.Ю.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление, утвержденного приказом Минобрнауки от 13.08.2020 № 1000

**Согласование и утверждение**

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Государственно го и муниципальног о управления	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Белкина Е.Н.	Согласовано	21.04.2025, № 34
2	Управления	Председатель методической комиссии/совет а	Нестеренко М.А.	Согласовано	22.04.2025, № 4
3	Государственно го и муниципальног о управления	Руководитель образовательно й программы	Нестеренко М.А.	Согласовано	28.04.2025, № 8

## **1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)**

Цель освоения дисциплины - формирование комплекса знаний, умений и практических навыков, необходимых для управления общественными отношениями в кризисных ситуациях, взаимодействия со средствами массовой информации на различных уровнях управления в современном обществе.

Задачи изучения дисциплины:

- - формирование навыков разработки концепций проекта управления общественными отношениями в период кризиса; ;
- - выработка умений видеть образ результата деятельности по антикризисному управлению общественными отношениями и планировать последовательность шагов для достижения данного результата.

## **2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

*Компетенции, индикаторы и результаты обучения*

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-2.1 Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения

*Знать:*

УК-2.1/Зн1 Знает правила разработки концепции антикризисным управлением общественными отношениями

*Уметь:*

УК-2.1/Ум1 Умеет разрабатывать и реализовывать процесс антикризисного управления общественными отношениями.

*Владеть:*

УК-2.1/Нв1 Владеет навыками ведения антикризисного управления общественными отношениями в органах власти.

УК-2.2 Способен видеть образ результата деятельности и планировать последовательность шагов для достижения данного результата

*Знать:*

УК-2.2/Зн1 Знает ключевые показатели успешности действий по антикризисному управлению общественными отношениями.

*Уметь:*

УК-2.2/Ум1 Умеет достигать поставленных задач в рамках действий по антикризисному управлению общественными отношениями.

*Владеть:*

УК-2.2/Нв1 Владеет навыками планирования и ведения действий по антикризисному управлению общественными отношениями.

## **3. Место дисциплины в структуре ОП**

Дисциплина (модуль) «Антикризисное управление общественными отношениями» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 2, Заочная форма обучения - 4.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

#### **4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы**

##### *Очная форма обучения*

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Второй семестр	72	2	17	1		8	8	55	Зачет
Всего	72	2	17	1		8	8	55	

##### *Заочная форма обучения*

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Четвертый семестр	72	2	9	1	4	2	2	63	Зачет (4) Контрольная работа
Всего	72	2	9	1	4	2	2	63	

#### **5. Содержание дисциплины (модуля)**

##### **5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий** (часы промежуточной аттестации не указываются)

##### *Очная форма обучения*

Наименование раздела, темы	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
----------------------------	--------------------	----------------------	------------------------	---

<b>Раздел 1. Раздел 1. Правовые и этические основы отношений с общественностью в условиях кризиса.</b>	14		2	2	10	УК-2.1 УК-2.2
Тема 1.1. Правовые и этические основы отношений с общественностью в условиях кризиса.	14		2	2	10	
<b>Раздел 2. Раздел 2. Общественность и общественное мнение в период кризиса.</b>	57		6	6	45	УК-2.1 УК-2.2
Тема 2.1. Общественность и общественное мнение в период кризиса.	19		2	2	15	
Тема 2.2. Стратегическое планирование антикризисной деятельности как основа гармонизации отношений органов власти с общественностью.	19		2	2	15	
Тема 2.3. Развитие отношений с общественностью в органах власти при управлении кризисными ситуациями.	19		2	2	15	
<b>Раздел 3. Аттестация</b>	1	1				УК-2.1 УК-2.2
Тема 3.1. Зачет	1	1				
<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>55</b>	

*Заочная форма обучения*

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
<b>Раздел 1. Раздел 1. Правовые и этические основы отношений с общественностью в условиях кризиса.</b>	17		1	1	15	УК-2.1 УК-2.2
Тема 1.1. Правовые и этические основы отношений с общественностью в условиях кризиса.	17		1	1	15	

<b>Раздел 2. Раздел 2. Общественность и общественное мнение в период кризиса.</b>	<b>50</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>48</b>	УК-2.1 УК-2.2
Тема 2.1. Общественность и общественное мнение в период кризиса.	17	1	1	15	
Тема 2.2. Стратегическое планирование антикризисной деятельности как основа гармонизации отношений органов власти с общественностью.	15			15	
Тема 2.3. Развитие отношений с общественностью в органах власти при управлении кризисными ситуациями.	18			18	
<b>Раздел 3. Аттестация</b>	<b>1</b>	<b>1</b>			УК-2.1 УК-2.2
Тема 3.1. Зачет	1	1			
<b>Итого</b>	<b>68</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>63</b>

## 5.2. Содержание разделов, тем дисциплин

**Раздел 1. Раздел 1. Правовые и этические основы отношений с общественностью в условиях кризиса.**

(Заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 15ч.; Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

**Тема 1.1. Правовые и этические основы отношений с общественностью в условиях кризиса.**

(Заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 15ч.; Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 10ч.)

Правовые и этические основы отношений с общественностью в условиях кризиса.

1. Зарубежный опыт правового регулирования ПР в условиях кризиса.
2. Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития в кризисной эконо-мике.
3. Российское законодательство и антикризисная деятельность по связям с общественностью.
4. Роль международных и национальных профессиональных сообществ в разработке этических профессиональных стандартов по антикризисному ПР.
5. Российский Кодекс этических принципов связей с общественностью.

**Раздел 2. Раздел 2. Общественность и общественное мнение в период кризиса.**

(Заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 48ч.; Очная: Лекционные занятия - 6ч.; Практические занятия - 6ч.; Самостоятельная работа - 45ч.)

## *Тема 2.1. Общественность и общественное мнение в период кризиса.*

(Заочная: Лекционные занятия - 1ч.; Практические занятия - 1ч.; Самостоятельная работа - 15ч.; Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 15ч.)

1. Общественность: понятие и виды (толпа-масса-общественность).
2. Природа, статус и функции общественного мнения, его влияние на кризисные ситуации
3. Общественное мнение как структурный элемент антикризисного ПР.
4. Способы управления общественным мнением и формы воздействия на него в кризисных ситуациях.

## *Тема 2.2. Стратегическое планирование антикризисной деятельности как основа гармонизации отношений органов власти с общественностью.*

(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 15ч.; Заочная: Самостоятельная работа - 15ч.)

1. Определение миссии органа власти.
2. Программирование деятельности. Принципы выделения и описания целевых аудиторий антикризисного управления.
3. Оценка эффективности отношений с общественностью в период кризиса.

## *Тема 2.3. Развитие отношений с общественностью в органах власти при управлении кризисными ситуациями.*

(Очная: Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 15ч.; Заочная: Самостоятельная работа - 18ч.)

Развитие отношений с общественностью в органах власти при управлении кризисными ситуациями.

1. Пиар и органы власти. Пиар-службы в органах власти: функции, структура.
2. Бюджетный процесс как проблема власти, СМИ и общественности в кризисном управлении.

Формы работы, обратная связь при антикризисном управлении общественными отношениями.

## *Раздел 3. Аттестация*

(Заочная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Очная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.)

### *Тема 3.1. Зачет*

(Заочная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Очная: Внеаудиторная контактная работа - 1ч.)

Промежуточная аттестация - зачет

## **6. Оценочные материалы текущего контроля**

### *Раздел 1. Правовые и этические основы отношений с общественностью в условиях кризиса.*

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Выберите один ответ из предложенных и обоснуйте его выбор.

Сформированное отношение человека к чему-либо – это...

- 1) Точка зрения
- 2) Мнение
- 3) Принцип
- 4) Оценка

2. Выберите один ответ из предложенных и обоснуйте его выбор.

Назовите наиболее простую и оперативную форму информационных материалов свойственную для антикризисного PR ...

- 1)пресс-релиз
- 2) карта управленческих работ
- 3) финансовый отчет
- 4) бизнес-план

3. Выберите один ответ из предложенных и обоснуйте его выбор.

Совокупность позиций людей, обладающих образованностью и владеющих собственностью, и людей, чьё групповое мнение претендует на общезначимость политических позиций по Ю. Хабермасу – это...

- 1) общественное мнение
- 2) общественность
- 3) толпа
- 4) масса

4. Прочтайте текст и установите соответствие

Общественность - это...

- 1) Все люди
- 2) Любая группа людей при определенных обстоятельствах, так или иначе, сплотившихся вокруг конкретных общих интересов или переживаний
- 3) Двое людей, действующий против интересов друг друга
- 4) Люди, объединённые родственными связями

5. Дайте определение понятию коммуникация

Дайте определение понятию коммуникация

6. Прочтайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Своевременное и регулярное отслеживание материалов в СМИ с выборкой информации по какой-либо теме называется...

7. Прочтайте текст и установите соответствие

- A Пиар-кампания
- B Пиар-стратегия
- C Пиар
- D Джииар (GR)

1 долгосрочный план развития отношений между брендом и целевой аудиторией. Под ЦА понимают не только потребителей. PR-стратегия работает над имиджем и репутацией компании для клиентов, инвесторов, государства и общественности в целом.

2 комплекс мероприятий, направленный на достижение PR-целей, сформулированных в задачах ее проведения. В рамках пиар-кампании используют различные PR-инструменты, чтобы донести до целевой аудитории ключевое сообщение бренда.

3 управление взаимоотношениями между компанией/персоной и общественностью. Главная задача пиара — создать положительный имидж организации или ее продуктам, чтобы привлечь аудиторию и достичь бизнес-целей.

4 управление взаимоотношениями между компанией и государством. Главная задача GR — создать положительный имидж организации, повысить лояльность со стороны

представителей власти, чтобы достичь бизнес-целей.

5

8. Прочтите текст и установите соответствие

- А Внутренний пиар
- Б Внешний пиар
- В Черный пиар
- Г Желтый пиар

1 комплекс действий по созданию и поддержанию положительного восприятия бренда или компании в глазах общественности

2 комплекс действий по созданию и поддержанию доверительных отношений между организацией и ее сотрудниками.

3 мероприятия, которые создают негативный образ компании, бренда или личности в глазах целевой аудитории.

4 способ продвижения бренда и привлечения внимания аудитории с помощью провокаций, сенсаций или скандалов.

5

9. Прочтите текст и установите соответствие

- А Брифинг
- Б Внешние коммуникации
- В Внутренние коммуникации
- Г Имидж

1 упрощенный аналог пресс-конференции, предусматривающий краткое выступление представителя компании по свежим следам важных событий перед журналистами.

2 коммуникация с сообществом, находящимся за пределами организации, коммуникация между организацией и внешней средой.

3 образ, который формируется с целью представить конкретный объект в позитивном ключе в глазах общественности.

4 коммуникации внутри компаний, организаций.

5

10. Прочтите текст и установите соответствие

- А Репутация
- Б Имидж
- В Личный бренд
- Г Паблисити

1 приобретенная организацией или личностью общественная оценка, создавшееся мнение о качествах, достоинствах и недостатках. Можно смело назвать репутацию весомым активом, во многом определяющим стоимость компании и ее продуктов.

2 это публичный образ эксперта в конкретной нише, это узнаваемое, широко известное имя специалиста

3 образ, который формируется с целью представить конкретный объект в позитивном ключе в глазах общественности, в случае с компанией — для их потенциальной аудитории.

4 известность, популярность, публичность, достигаемые с помощью средств массовой информации, социальных сетей, широкого рекламирования и т. п.

5

11. Прочтите текст и установите соответствие

- А Нетворкинг
- Б Мониторинг

В Месседж  
Г Медиарилейшнз

- 1 расширение сети знакомств для решения профессиональных и личных задач с их помощью.
- 2 регулярное систематическое отслеживание медийного пространства, чтобы оценить общественное мнение, реакцию и упоминания о конкретном бренде, продукте, организации или теме.
- 3 построение долгосрочных и взаимовыгодных отношений между PR-специалистами и СМИ.
- 4 ключевое сообщение, которое пиарщик хочет донести до целевой аудитории.

5

12. Прочтите текст и запишите развернутый обоснованный ответ

В размещенном в СМИ интервью один политик заявил, что в прошлом году в регионе X была зафиксирована рекордная убыль населения, после чего сделал заявление о необходимости смены губернатора как не справляющегося со своими обязательствами.

Вопрос: является ли такое заявление манипуляцией?

13. Прочтите текст и запишите развернутый обоснованный ответ

В размещенном в СМИ интервью один политик заявил, что в 2018 году был рекордный отток капитала из России. По его словам утекло 68 млрд. долл., а значит российская экономика неконкурентоспособна.

Вопрос: является ли такое заявление манипуляцией?

14. Прочтайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

На одном из предприятий региона произошла технологическая авария, породившая серию панических постов в различных социальных сетях.

С целью пресечения слухов руководитель региона принял решение выступить в СМИ с информацией о произошедшем, а также о предпринимаемых мерах по ликвидации аварии.

Вопрос: какую форму взаимодействия стоит выбрать?

15. Прочтайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Вы руководитель города в котором начинается реализация масштабного инфраструктурного проекта по перестройке мостов через реку и замене дорожного покрытия на ряду центральных улиц. В результате проводимых работ будут изменены маршруты общественного транспорта, а также временно ограничено автомобильное движение. Таким образом реализация проекта коснется значительной части жителей. Вам нужно провести работу со СМИ, чтобы проинформировать жителей об изменениях, а также объяснить необходимость изменений и добиться положительного отношения горожан к происходящему и местной власти.

Вопрос: какую форму взаимодействия стоит выбрать?

16. Прочтайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Оппозиционное издание привело в графическом виде статистику пенсий в 5 странах, пересчитав их в одну валюту. Согласно этой информации пенсии в стране X существенно ниже, чем у всех остальных, на основании чего сделан вывод о антисоциальной политике властей страны X.

Вопрос: является ли данный материал манипуляцией?

**Раздел 2. Раздел 2. Общественность и общественное мнение в период кризиса.**

## *Форма контроля/оценочное средство: Задача*

### *Вопросы/Задания:*

1. Выберите один ответ из предложенных и обоснуйте его выбор.

Как называется специально создаваемый, устойчивый социально-психологический образ, способствующий становлению общественного мнения:

- 1) Стереотип
- 2) Символ
- 3) Имидж
- 4) концепция

2. Выберите один ответ из предложенных и обоснуйте его выбор.

Трудовой коллектив в системе управления общественными отношениями рассматривается как:

- 1) случайное собрание работников
- 2) команда единомышленников
- 3) послушные исполнители решений руководства
- 4) совокупный объем рабочей силы

3. Прочтите текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Какой из перечисленных специалистов не является необходимым в структуре PR-отдела:  
начальник отдела

менеджер по связям со СМИ.  
специалист по продажам

4. Прочтите текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Дайте краткое название для понятия, объединяющего цели, задачи и предполагаемые пути их реализации, декларируемые организацией

5. Выберите один ответ из предложенных и обоснуйте его выбор.

Определите чем является «Кейс-стади» в системе управления общественными отношениями:

- 1) Технология групповой работы в связях с общественностью
- 2) Исследовательская стратегия, связанная с описанием конкретного случая, включенного в социальный контекст
- 3) Совокупность стереотипов массового сознания
- 4) Технология мотивирования сотрудников

6. Выберите способ организовать наиболее эффективную модель связей органа власти

Выберите способ организовать наиболее эффективную в современных условиях модель связей органа власти с общественностью:

- a) модель рекламы
- b) модель общественной информации
- c) двусторонняя симметричная модель

7. Выберите один ответ из предложенных и обоснуйте его выбор.

Определите в каком отношении находятся между собой такие виды деятельности как пиар и пропаганда

- 1) это разные типы работы с общественностью, хотя пропаганда может быть частью пиар-кампании
- 2) Это тождественные понятия
- 3) Это синонимы
- 4) пиар - это составная часть пропаганды

8. Прочтите текст и установите соответствие

- A Брендбук
- Б Бренд
- В Брендирование
- Г Брендинг

- 1 документ с детальным описанием бренда: начиная от философии организации, заканчивая способами компоновки разных версий логотипа.
- 2 разработка идентификационной системы бренда: логотипа, цветов, шрифтов, иллюстраций, графических элементов.
- 3 Имеющая символическую форму совокупность свойств, ассоциаций и образов объекта, создающих ему дополнительную ценность и делающих его узнаваемым среди целевой аудитории.
- 4 процесс создания и развития бренда.
- 5

9. Прочтите текст и установите соответствие

- A Имидж
- B Персональный (личный) бренд
- C Целевая аудитория
- D Бренд

- 1 Целенаправленно созданный и закрепленный в сознании целевой аудитории образ персоны.
- 2 представление, мнение, образ, сложившиеся в обществе или целенаправленно созданные о человеке, организации.
- 3 группа пользователей социальной сети, объединенных общими признаками, которым может быть интересен продвигаемый бренд или проект.
- 4 Имеющая символическую форму совокупность свойств, ассоциаций и образов объекта, создающих ему дополнительную ценность и делающих его узнаваемым среди целевой аудитории.
- 5

10. Прочтите текст и установите соответствие

- A Внутренние коммуникации
- B Внешние коммуникации
- C Коммуникация
- D Управление коммуникациями

- 1 систематическое планирование, внедрение, мониторинг и пересмотр всех каналов коммуникации внутри организации и между организациями.
- 2 обмены информацией между компанией и внешней средой.
- 3 Взаимодействие, предполагающее обмен информацией с помощью специальных сигналов-посредников.
- 4 коммуникации внутри компании, организации
- 5

11. Прочтайте текст и установите последовательность

1. Эра манипулирования
2. Эра взаимовлияния
3. Эра убеждения
4. Эра информирования.

12. Прочтите текст и установите соответствие

- A Чёрный пиар
- B Розовый пиар
- C Жёлтый пиар
- D Серый пиар

- 1 Использование обмана и фальсификаций для очернения образа, уничтожения репутации конкурирующей группы и т.д.
- 2 основывается на технологии мифов и легенд, а предназначен удовлетворить потребность

людей укрыться «покрывалом иллюзий».

3 использование с целью привлечения внимания, оскорбительных или табуированных для большинства населения данного государства элементов

4 Размещение информации из скрытого источника, не предполагает прямой лжи о своем происхождении Или не содержащую прямой лжи и направленную на подсознание реципиента.

5

13. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Википедия стала одним из наиболее популярных информационных ресурсов. Однако ряд исследователей обвиняют Википедию в предвзятости и недобросовестном модерировании контента политической направленности.

Вопрос стоит ли цитировать данные из Википедии о политической ситуации в России или действиях российской власти без проверки на официальных ресурсах.

14. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Оппозиционное издание привело в графическом виде статистику пенсий в 5 странах, пересчитав их в одну валюту. Согласно этой информации пенсии в стране X существенно ниже, чем у всех остальных, на основании чего сделан вывод о антисоциальной политике властей страны X.

Вопрос: является ли данный материал манипуляцией?

### **Раздел 3. Аттестация**

*Форма контроля/оценочное средство:*

*Вопросы/Задания:*

.

### **7. Оценочные материалы промежуточной аттестации**

*Очная форма обучения, Второй семестр, Зачет*

*Контролируемые ИДК: УК-2.1 УК-2.2*

*Вопросы/Задания:*

1. Действия пиар-служб государственных органов в условиях кризиса.

2. Прогнозирование развития кризисных тенденций в управлении общественными отношениями.

3. Способы управления общественным мнением в кризисных ситуациях.

4. Стратегическая программа антикризисного управления пиаром.

5. Стратегическое планирование антикризисной деятельности как основа гармонизации отношений органов власти с общественностью.

6. Тактическая программа антикризисного управления общественными отношениями.

7. Черный пиар и средства борьбы с ним.

8. Защита репутации государственного служащего методами управления общественными отношениями.

9. Типичные способы информационного влияния в условиях кризиса.

10. Зарубежный опыт правового регулирования общественных отношений в условиях кризиса.

11. Роль PR-подразделения в коммерческих организациях.

12. Роль международных и национальных профессиональных сообществ в разработке этических профессиональных стандартов по PR.

13. Особенности, цели и задачи PR в бизнесе в условиях кризиса.

14. Понятие коммуникации как процесса в кризисной ситуации

15. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу взаимодействия организаций и ведомств с населением, средствами массовой информации, политическими движениями и партиями.

16. Доктрина информационной безопасности РФ и деятельность PR- служб в органах государственного и муниципального управления.

17. Связи с общественностью в системе политической коммуникации.

18. Субъект и объект общественного мнения. Общественность и общественное мнение. Виды общественности.

19. PR и пропаганда в условиях кризиса.

20. Собственный специалист (служба) PR и внешнее консультирование: преимущества и недостатки в условиях кризиса.

21. Межпартийные коалиционные стратегии в PR. Лоббирование в системе управления общественными отношениями в условиях кризиса.

22. Роль PR-службы в крупных государственных структурах.

23. Фирменный стиль и корпоративный имидж. Технологии построения

24. Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития.

25. Российский Кодекс этических принципов связей с общественностью и его роль профессиональной деятельности PR-специалиста в условиях кризиса.

26. Пресс-секретарь организации: функциональные обязанности и индивидуальный стиль.

27. PR-деятельность в конфликтных и кризисных ситуациях. Становление и развитие общественного мнения.

28. Особенности общественного мнения в условиях кризиса.

29. Модели общественных отношений по Дж.Грюнику.

30. Функции СМИ как «четвертой власти».

31. Управление общественными отношениями в условиях кризиса.

32. PR и органы власти. PR -службы в органах власти в условиях кризиса: функции, структура.

33. Место общественного мнения в системе управления общественными отношениями. Формы и методы формирования общественного мнения в условиях кризиса.

34. Необходимость формирования PR -служб в российских органах власти.

35. Отдел PR в организации и ее роль в функционировании предприятия.

36. Общественность: понятие и виды

37. Зарубежный опыт управления общественными отношениями в условиях кризиса.

38. Действия при формировании программы пиар-действий в условиях кризиса.

39. Проблемы и тенденции развития информационной политики в кризисной ситуации.

40. Прогнозирование результатов деятельности по управлению общественными отношениями в условиях кризиса.

41. Разработка концепции деятельности по управлению общественными отношениями в кризисной ситуации.

42. Правила формулирования целей и задач антикризисного управления общественными отношениями.

43. Основные принципы антикризисной деятельности по связям с общественностью.

44. Тактические и оперативные действия при формировании программы про-грамммы пиар-действий в условиях кризиса.

45. Проблемы и тенденции развития информационной политики в кризисной ситуации

46. Разработка концепции деятельности по управлению общественными отношениями в кризисной ситуации.

47. Способы управления общественным мнением в кризисных ситуациях.
  48. Оценка эффективности отношений с общественностью в период кризиса.
  49. Обратная связь при антикризисном управлении общественными отношениями.
  50. Предыстория антикризисного PR (США, Западная Европа).
  51. СМИ как медиа-политическая система в период кризиса.
  52. Управление информацией для СМИ в период кризиса
  53. Пиар в переговорном процессе. Технологии переговоров в пе-риод кризиса.
  54. PR-деятельность в конфликтных и кризисных ситуациях.
  55. Основные направления деятельности PR-служб в корпорациях в период кризиса.
  56. Эволюция концепций PR.
57. Оценка актуальности предложенных мероприятий по антикризисному управлению общественными отношениями.
58. Последовательность действий специалиста по управлению общественными отношениями при обнаружении угроз для имиджа организации
59. Возникновение и эволюция связей с общественностью в органах государственной власти.

*Заочная форма обучения, Четвертый семестр, Зачет*

*Контролируемые ИДК: УК-2.1 УК-2.2*

Вопросы/Задания:

1. Действия пиар-служб государственных органов в условиях кризиса.
2. Прогнозирование развития кризисных тенденций в управлении общественными отношениями.
3. Способы управления общественным мнением в кризисных ситуациях.
4. Стратегическая программа антикризисного управления пиаром.
5. Стратегическое планирование антикризисной деятельности как основа гармонизации отношений органов власти с общественностью.
6. Тактическая программа антикризисного управления общественными отношениями.
7. Черный пиар и средства борьбы с ним.

8. Защита репутации государственного служащего методами управления общественными отношениями.

9. Манипуляции и борьба с ними в антикризисном управлении общественными отношениями.

10. Типичные способы информационного влияния в условиях кризиса.

11. Зарубежный опыт правового регулирования общественных отношений в условиях кризиса.

12. Роль PR-подразделения в коммерческих организациях.

13. Роль международных и национальных профессиональных сообществ в разработке этических профессиональных стандартов по PR.

14. Особенности, цели и задачи PR в бизнесе в условиях кризиса.

15. Понятие коммуникации как процесса в кризисной ситуации.

16. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу взаимодействия организаций и ведомств с населением, средствами массовой информации, политическими движениями и партиями.

17. Доктрина информационной безопасности РФ и деятельность PR- служб в органах государственного и муниципального управления.

18. Связи с общественностью в системе политической коммуникации.

19. Субъект и объект общественного мнения. Общественность и общественное мнение. Виды общественности.

20. PR и пропаганда в условиях кризиса.

21. Собственный специалист (служба) PR и внешнее консультирование: преимущества и недостатки в условиях кризиса.

22. Межпартийные коалиционные стратегии в PR. Лоббирование в системе управления общественными отношениями в условиях кризиса.

23. Роль PR-службы в крупных государственных структурах.

24. Фирменный стиль и корпоративный имидж. Технологии построения

25. Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития.

26. Российский Кодекс этических принципов связей с общественностью и его роль профессиональной деятельности PR-специалиста в условиях кризиса.

27. Пресс-секретарь организации: функциональные обязанности и индивидуальный стиль.

28. PR-деятельность в конфликтных и кризисных ситуациях. Становление и развитие общественного мнения.

29. Особенности общественного мнения в условиях кризиса.

30. Модели общественных отношений по Дж.Грюнику.

31. Функции СМИ как «четвертой власти».

32. Управление общественными отношениями в условиях кризиса.

33. PR и органы власти. PR -службы в органах власти в условиях кризиса: функции, структура.

34. Место общественного мнения в системе управления общественными отношениями. Формы и методы формирования общественного мнения в условиях кризиса.

35. Необходимость формирования PR -служб в российских органах власти.

36. Отдел PR в организации и ее роль в функционировании предприятия.

37. Общественность: понятие и виды

38. Зарубежный опыт управления общественными отношениями в условиях кризиса.

39. Действия при формировании программы пиар-действий в условиях кризиса.

40. Проблемы и тенденции развития информационной политики в кризисной ситуации.

41. Прогнозирование результатов деятельности по управлению общественными отношениями в условиях кризиса.

42. Разработка концепции деятельности по управлению общественными отношениями в кризисной ситуации.

43. Правила формулирования целей и задач антикризисного управления общественными отношениями.

44. Основные принципы антикризисной деятельности по связям с общественностью.

45. Тактические и оперативные действия при формировании про-граммы пиар-действий в условиях кризиса.

46. Проблемы и тенденции развития информационной политики в кризисной ситуации

47. Разработка концепции деятельности по управлению общественными отношениями в кризисной ситуации.

48. Способы управления общественным мнением в кризисных ситуациях.

49. Оценка эффективности отношений с общественностью в период кризиса.

50. Обратная связь при антикризисном управлении общественными отношениями.

51. Предыстория антикризисного PR(США, Западная Европа).

52. СМИ как медиа-политическая система в период кризиса.

53. Управление информацией для СМИ в период кризиса

54. Пиар в переговорном процессе. Технологии переговоров в период кризиса.

55. PR-деятельность в конфликтных и кризисных ситуациях.

56. Основные направления деятельности PR-служб в корпорациях в период кризиса.

57. Эволюция концепций PR.

58. Оценка актуальности предложенных мероприятий по антикризисному управлению общественными отношениями.

59. Последовательность действий специалиста по управлению общественными отношениями при обнаружении угроз для имиджа организации

60. Возникновение и эволюция связей с общественностью в органах государственной власти.

*Заочная форма обучения, Четвертый семестр, Контрольная работа*

*Контролируемые ИДК: УК-2.1 УК-2.2*

*Вопросы/Задания:*

1. Действия пиар-служб государственных органов в условиях кризиса.

2. Прогнозирование развития кризисных тенденций в управлении общественными отношениями.

3. Способы управления общественным мнением в кризисных ситуациях.

4. Стратегическая программа антикризисного управления пиаром.

5. Стратегическое планирование антикризисной деятельности как основа гармонизации отношений органов власти с общественностью.

6. Тактическая программа антикризисного управления общественными отношениями.

7. Черный пиар и средства борьбы с ним.

8. Защита репутации государственного служащего методами управления общественными отношениями.

9. Типичные способы информационного влияния в условиях кризиса.

10. Зарубежный опыт правового регулирования общественных отношений в условиях кризиса.

11. Роль PR-подразделения в коммерческих организациях.

12. Роль международных и национальных профессиональных сообществ в разработке этических профессиональных стандартов по PR.

13. Особенности, цели и задачи PR в бизнесе в условиях кризиса.

14. Понятие коммуникации как процесса в кризисной ситуации

15. Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу взаимодействия организаций и ведомств с населением, средствами массовой информации, политическими движениями и партиями.

16. Доктрина информационной безопасности РФ и деятельность PR- служб в органах государственного и муниципального управления.

17. Связи с общественностью в системе политической коммуникации.

18. Субъект и объект общественного мнения. Общественность и общественное мнение. Виды общественности.

19. PR и пропаганда в условиях кризиса.

20. Собственный специалист (служба) PR и внешнее консультирование: преимущества и недостатки в условиях кризиса.

21. Межпартийные коалиционные стратегии в PR. Лоббирование в системе управления общественными отношениями в условиях кризиса.

22. Роль PR-службы в крупных государственных структурах.

23. Фирменный стиль и корпоративный имидж. Технологии построения

24. Информационная политика РФ - проблемы и тенденции развития.

25. Российский Кодекс этических принципов связей с общественностью и его роль профессиональной деятельности PR-специалиста в условиях кризиса.

26. Пресс-секретарь организации: функциональные обязанности и индивидуальный стиль.

27. PR-деятельность в конфликтных и кризисных ситуациях. Становление и развитие общественного мнения.

28. Особенности общественного мнения в условиях кризиса.

29. Модели общественных отношений по Дж.Грюнику.

30. Функции СМИ как «четвертой власти».

31. Управление общественными отношениями в условиях кризиса.

32. PR и органы власти. PR -службы в органах власти в условиях кризиса: функции, структура.

33. Место общественного мнения в системе управления общественными отношениями. Формы и методы формирования общественного мнения в условиях кризиса.

34. Необходимость формирования PR -служб в российских органах власти.

35. Отдел PR в организации и ее роль в функционировании предприятия.

36. Общественность: понятие и виды

37. Зарубежный опыт управления общественными отношениями в условиях кризиса.

38. Действия при формировании программы пиар-действий в условиях кризиса.

39. Проблемы и тенденции развития информационной политики в кризисной ситуации.

40. Прогнозирование результатов деятельности по управлению общественными отношениями в условиях кризиса.

41. Разработка концепции деятельности по управлению общественными отношениями в кризисной ситуации.

42. Правила формулирования целей и задач антикризисного управления общественными отношениями.

43. Основные принципы антикризисной деятельности по связям с общественностью.

44. Тактические и оперативные действия при формировании программы про-грамм пиар-действий в условиях кризиса.

45. Проблемы и тенденции развития информационной политики в кризисной ситуации

46. Разработка концепции деятельности по управлению общественными отношениями в кризисной ситуации.

47. Способы управления общественным мнением в кризисных ситуациях.
  48. Оценка эффективности отношений с общественностью в период кризиса.
  49. Обратная связь при антикризисном управлении общественными отношениями.
  50. Предыстория антикризисного PR (США, Западная Европа).
  51. СМИ как медиа-политическая система в период кризиса.
  52. Управление информацией для СМИ в период кризиса
  53. Пиар в переговорном процессе. Технологии переговоров в по-риод кризиса.
  54. PR-деятельность в конфликтных и кризисных ситуациях.
  55. Основные направления деятельности PR-служб в корпорациях в период кризиса.
  56. Эволюция концепций PR.
57. Оценка актуальности предложенных мероприятий по антикризисному управлению общественными отношениями.
58. Последовательность действий специалиста по управлению общественными отношениями при обнаружении угроз для имиджа организации
59. Возникновение и эволюция связей с общественностью в органах государственной власти.

## **8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

#### *Основная литература*

1. Бунтовский С. Ю. Антикризисное управление общественными отношениями: учебное пособие / Бунтовский С. Ю.. - Краснодар: КубГАУ, 2020. - 128 с. - Текст: электронный. // RuSpLAN: [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/img/cover/book/421919.jpg> (дата обращения: 19.06.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Мамедова, Н.А. Управление общественными отношениями: Учебно-методическая литература / Н.А. Мамедова, Т.А. Кривова. - 1 - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 92 с. - 978-5-16-105171-9. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.com/cover/0612/612689.jpg> (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

3. БУНТОВСКИЙ С. Ю. Антикризисное управление общественными отношениями: учеб. пособие / БУНТОВСКИЙ С. Ю.. - Краснодар: КубГАУ, 2020. - 128 с. - Текст: электронный. // : [сайт]. - URL: <https://edu.kubsau.ru/mod/resource/view.php?id=8240> (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

#### *Дополнительная литература*

1. Домбай, К. Конец пиара : Управление репутацией как финансовым капиталом: Практическое пособие / К. Домбай. - Москва: Альпина ПРО, 2023. - 94 с. - 978-5-206-00174-7. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: <https://znanium.ru/cover/2140/2140983.jpg> (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Чилингир,, Е. Ю. Российский пиар как гипертекст. Исторические и социокультурные аспекты: монография / Е. Ю. Чилингир,. - Российский пиар как гипертекст. Исторические и социокультурные аспекты - Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2025. - 114 с. - 978-5-4497-3883-7. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/145173.html> (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

3. Кондакова Ю. В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие / Кондакова Ю. В.. - Екатеринбург: УрГАХУ, 2016. - 96 с. - 978-5-7408-0186-5. - Текст: электронный. // RuSpLAN: [сайт]. - URL: <https://e.lanbook.com/img/cover/book/131265.jpg> (дата обращения: 19.06.2025). - Режим доступа: по подписке

## **8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся**

*Профессиональные базы данных*

Не используются.

*Ресурсы «Интернет»*

1. <https://elibrary.ru/> - Научная электронная библиотека eLibrary
2. <https://www.consultant.ru/> - КонсультантПлюс
3. <https://www.garant.ru/> - Гарант

## **8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине позволяют:

- обеспечить взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет»;
- фиксировать ход образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации по дисциплине и результатов освоения образовательной программы;
- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

1 Microsoft Windows - операционная система.

2 Microsoft Office (включает Word, Excel, Power Point) - пакет офисных приложений.

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1 Гарант - правовая, <https://www.garant.ru/>

2 Консультант - правовая, <https://www.consultant.ru/>

3 Научная электронная библиотека eLibrary - универсальная, <https://elibrary.ru/>

Доступ к сети Интернет, доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

*Перечень программного обеспечения*

*(обновление производится по мере появления новых версий программы)*

Не используется.

*Перечень информационно-справочных систем*  
*(обновление выполняется еженедельно)*

Не используется.

#### **8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование**

Университет располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата, специалитета, магистратуры по Блоку 1 "Дисциплины (модули)" и Блоку 3 "Государственная итоговая аттестация" в соответствии с учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне его. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды могут быть созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Учебная аудитория

513ЭЛ

Сплит-система настенная QuattroClima Effecto Standard QV/QN-ES24WA - 0 шт.

#### **9. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)**

Учебная работа по направлению подготовки осуществляется в форме контактной работы с преподавателем, самостоятельной работы обучающегося, текущей и промежуточной аттестаций, иных формах, предлагаемых университетом. Учебный материал дисциплины структурирован и его изучение производится в тематической последовательности. Содержание методических указаний должно соответствовать требованиям Федерального государственного образовательного стандарта и учебных программ по дисциплине. Самостоятельная работа студентов может быть выполнена с помощью материалов, размещенных на портале поддержки Moodle.

##### ***Методические указания по формам работы***

###### ***Лекционные занятия***

Передача значительного объема систематизированной информации в устной форме достаточно большой аудитории. Дает возможность экономно и систематично излагать учебный материал. Обучающиеся изучают лекционный материал, размещенный на портале поддержки обучения Moodle.

###### ***Практические занятия***

Форма организации обучения, проводимая под руководством преподавателя и служащая для детализации, анализа, расширения, углубления, закрепления, применения (или выполнения разнообразных практических работ, упражнений) и контроля усвоения полученной на лекциях учебной информации. Практические занятия проводятся с использованием учебно-методических изданий, размещенных на образовательном портале университета.

###### ***Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами***

Для инвалидов и лиц с ОВЗ может изменяться объём дисциплины (модуля) в часах, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося (при этом не увеличивается количество зачётных единиц, выделенных на освоение дисциплины).

Фонды оценочных средств адаптируются к ограничениям здоровья и восприятия информации

обучающимися.

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением зрения:

- устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;
- с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.;
- при возможности письменная проверка с использованием рельефно-точечной системы Брайля, увеличенного шрифта, использование специальных технических средств (тифлотехнических средств): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, отчеты и др.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением слуха:

- письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;
- с использованием компьютера: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.;
- при возможности устная проверка с использованием специальных технических средств (аудиосредств, средств коммуникации, звукоусиливающей аппаратуры и др.): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.

Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением опорно-двигательного аппарата:

- письменная проверка с использованием специальных технических средств (альтернативных средств ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;
- устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;
- с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.

Адаптация процедуры проведения промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ.

В ходе проведения промежуточной аттестации предусмотрено:

- предъявление обучающимся печатных и (или) электронных материалов в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- возможность пользоваться индивидуальными устройствами и средствами, позволяющими адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом их индивидуальных особенностей;
- увеличение продолжительности проведения аттестации;
- возможность присутствия ассистента и оказания им необходимой помощи (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с преподавателем).

Формы промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ должны учитывать индивидуальные и психофизические особенности обучающегося/обучающихся по АОПОП ВО (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями зрения:

- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить плоскопечатную информацию в аудиальную или тактильную форму;
- возможность использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом индивидуальных особенностей и состояния здоровья студента;

- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- использование чёткого и увеличенного по размеру шрифта и графических объектов в мультимедийных презентациях;
- использование инструментов «лупа», «прожектор» при работе с интерактивной доской;
- озвучивание визуальной информации, представленной обучающимся в ходе занятий;
- обеспечение раздаточным материалом, дублирующим информацию, выводимую на экран;
- наличие подписей и описания у всех используемых в процессе обучения рисунков и иных графических объектов, что даёт возможность перевести письменный текст в аудиальный;
- обеспечение особого речевого режима преподавания: лекции читаются громко, разборчиво, отчётливо, с паузами между смысловыми блоками информации, обеспечивается интонирование, повторение, акцентирование, профилактика рассеивания внимания;
- минимизация внешнего шума и обеспечение спокойной аудиальной обстановки;
- возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, на ноутбуке, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания и др.) на практических и лабораторных занятиях;
- минимизирование заданий, требующих активного использования зрительной памяти и зрительного внимания;
- применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы.

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями опорно-двигательного аппарата (маломобильные студенты, студенты, имеющие трудности передвижения и патологию верхних конечностей):

- возможность использовать специальное программное обеспечение и специальное оборудование и позволяющее компенсировать двигательное нарушение (коляски, ходунки, трости и др.);
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- применение дополнительных средств активизации процессов запоминания и повторения;
- опора на определенные и точные понятия;
- использование для иллюстрации конкретных примеров;
- применение вопросов для мониторинга понимания;
- разделение изучаемого материала на небольшие логические блоки;
- увеличение доли конкретного материала и соблюдение принципа от простого к сложному при объяснении материала;
- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания др.);
- обеспечение беспрепятственного доступа в помещения, а также пребывания в них;
- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие обеспечить реализацию эргономических принципов и комфортное пребывание на месте в течение всего периода учёбы (подставки, специальные подушки и др.).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями слуха (глухие, слабослышащие, позднооглохшие):

- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить аудиальную форму лекции в плоскопечатную информацию;
- наличие возможности использовать индивидуальные звукоусиливающие устройства и сурдотехнические средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации; осуществлять взаимообратный перевод текстовых и аудиофайлов (блокнот для речевого ввода), а также запись и воспроизведение зрительной информации;

- наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию верbalного материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
- наличие наглядного сопровождения изучаемого материала (структурно-логические схемы, таблицы, графики, концентрирующие и обобщающие информацию, опорные конспекты, раздаточный материал);
- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
- особый речевой режим работы (отказ от длинных фраз и сложных предложений, хорошая артикуляция; четкость изложения, отсутствие лишних слов; повторение фраз без изменения слов и порядка их следования; обеспечение зрительного контакта во время говорения и чуть более медленного темпа речи, использование естественных жестов и мимики);
- чёткое соблюдение алгоритма занятия и заданий для самостоятельной работы (называние темы, постановка цели, сообщение и запись плана, выделение основных понятий и методов их изучения, указание видов деятельности студентов и способов проверки усвоения материала, словарная работа);
- соблюдение требований к предъявляемым учебным текстам (разбивка текста на части; выделение опорных смысловых пунктов; использование наглядных средств);
- минимизация внешних шумов;
- предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
- сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего).

Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с прочими видами нарушений (ДЦП с нарушениями речи, заболевания эндокринной, центральной нервной и сердечно-сосудистой систем, онкологические заболевания):

- наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации;
- наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
- наличие наглядного сопровождения изучаемого материала;
- наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
- обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
- предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
- сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего);
- предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате;
- предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
- возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
- применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы;
- стимулирование выработки у студентов навыков самоорганизации и самоконтроля;
- наличие пауз для отдыха и смены видов деятельности по ходу занятия.

## **10. Методические рекомендации по освоению дисциплины (модуля)**

**БУНТОВСКИЙ С. Ю. Антикризисное управление общественными отношениями : метод.**

указания / С. Ю. БУНТОВСКИЙ. - Краснодар : КубГАУ, 2019. - 24 с. - Предназначены для магистрантов направления подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление.