

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 11:02:30
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алена Григорьевна

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Антикризисные коммуникации

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественно- стью
Направленность (профиль)	PR в государственных и бизнес-структурах
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	7

Введение

1. Назначение фонда оценочных средств по дисциплине «Антикризисные коммуникации» – выявление уровня сформированности компетенций по дисциплине.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Антикризисные коммуникации».

3. Разработчик: А.Н. Золоторев доцент департамента медиакоммуникаций.

4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы, проводившие внутреннюю экспертизу:

Председатель: Рубежной А.А., председатель УМК Высшей школы креативных индустрий.

Члены комиссии: Лупандина Н.Д., зам. директора ВШКИ по учебной работе;

Горбачев А.М., директор департамента медиакоммуникаций.

Представитель организации-работодателя: Коршунова Полина Ивановна, главный специалист Службы общественных связей Ставропольского РФ АО «Россельхозбанк».

Экспертное заключение: ФОС соответствует ОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью», «PR в государственных и бизнес-структурах», «Рекламные технологии» и рекомендуется для выявления уровня сформированности компетенций по дисциплине.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

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

Компетенции, индикаторы	Уровни сформированности компетенций			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
ПК-5				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>ИД-1 ПК-5</i> Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает недостаточно типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает в целом типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает на высоком уровне типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
<i>ИД-2 ПК-5</i> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Реализует недостаточно типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Реализует в целом типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Реализует на высоком уровне типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
<i>ИД-3 ПК-5</i> Владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет плохо типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет в целом типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет на высоком уровне типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-10				
<i>ИД-1 ПК-10</i> Знает, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Не знает, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Знает плохо, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Знает в целом, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Знает на высоком уровне, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
<i>ИД-2 ПК-10</i> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Не осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Осуществляет плохо мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Осуществляет в целом мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Осуществляет на высоком уровне мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
<i>ИД-3 ПК-10</i>	Не владеет навы-	Владеет плохо	Владеет в целом	Владеет на вы-

Владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.	ками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	соком уровне навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
ПК-13				
<i>ИД-1 ПК-13</i> Знает особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Не знает особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает плохо особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает в целом особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает на высоком уровне особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
<i>ИД-2 ПК-13</i> Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Не участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Участвует недостаточно в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Участвует в целом в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Участвует на высоком уровне в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
<i>ИД-3 ПК-13</i> Владеет навыками корпоративной культуры.	Не владеет навыками корпоративной культуры	Владеет плохо навыками корпоративной культуры	Владеет в целом навыками корпоративной культуры	Владеет на высоком уровне навыками корпоративной культуры

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «северо-кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
Форма обучения – очная; семестр – 7			
1.	целевой аудиторией	Впишите пропущенное слово в нужном падеже. Люди (группа лиц), которых можно охватить определенным средством рекламы и определенным обращением, называются ...	ПК-5
2.	b)	Что такое целевое действие пользователя на сайте? Укажите наиболее правильный и полный ответ. a) Целевое действие – это звонок потенциального клиента в офис компании b) Целевое действие на сайте – это такое действие, которое демонстрирует заинтересованность пользователя в товаре или услуге компании: клик на определенную кнопку, посещение определенной страницы, заполнение формы c) Целевое действие – это время, которое проводит пользователь на сайте	ПК-10
3.		Дайте определение понятию «глобальная марка»	ПК-5
4.		Дайте определение понятию «коммуникация»	ПК-10
5.		Дайте определение понятию «Антикризисный PR»	ПК-10
6.	Корпоративный имидж организации	Впишите пропущенные слова. ... — это целостное восприятие компании различными целевыми аудиториями, которое формируется на основании информации о ее деятельности.	ПК-10
7.	Все перечисленное	Какие из перечисленных параметров присущи кризисной ситуации: 1) степень угрозы жизни, безопасности и существования компании; 2) ограничение времени для принятия решения; 3) стрессы у ответственных лиц; 4) повышенное давление на компанию со стороны общественности и средств массовой информации.	ПК-10
8.		Дайте определение понятию «Паблисити»	ПК-13
9.	Сбытовая политика	Впишите пропущенное определение. ... — комплекс мероприятий по планированию и практической реализации методов распространения и распределения товаров от мест их производства до конечных покупателей, а также оценке эффективности предложенных и внедренных инструментов	ПК-5
10.	Спонсорство	Впишите пропущенное определение. ... — инструмент для обеспечения корпоративной социальной ответственности, в соответствии с которым предприятие финансирует социально-значимые мероприятия	ПК-5
11.	Б	Термин антикризисное управление – это: А) управляемый процесс предотвращения и преодоления кризиса, отвечающий целям организации и соответствующий объективным тенденциям его развития; Б) управление определённым образом предвидящее опас-	ПК-10

		ность кризиса, предусматривающий анализ симптомов и мера по снижению кризиса и использования факторов для дальнейшего развития; В) первоначальное внешнее проявление кризисных явлений.	
12.	В	Что НЕ является характерной чертой антикризисного управления: А) кризисы можно предвидеть, ожидать и вызывать; Б) кризисы в определенной мере можно ускорять, предвирать, отодвигать; В) кризисы в итоге несут только негативные последствия; Г) кризисами можно управлять; Д) управление процессами выхода из кризиса способно ускорять эти процессы и минимизировать их последствия.	ПК-13
13.	Б	Что НЕ относится к свойствам антикризисного управления А) гибкость и адаптивность Б) усиление централизации управления В) диверсификация управления Г) усиление интеграционных процессов Д) децентрализация управления.	ПК-10
14.	Диагностика	Определение состояния объекта, предмета, явления или процесса, посредством реализации комплекса исследовательских процедур, выявления в них слабых звеньев – это...	ПК-10
15.	антикризисного управления	Продолжите фразу: «Методология разработки кризисных явлений, стратегия и качество антикризисных программ, оперативность и гибкость управления,- это факторы, которые определяют эффективность...»	ПК-5
16.	Реинжиниринг	Преобразование фирмы, предусматривающее переход от управления отдельными операциями к управлению межфункциональными бизнес-процессами, заканчивающимися удовлетворением потребностей внешних (рыночных) и внутрифирменных клиентов – это ...	ПК-10
17.		Дайте определение понятию «кризис»	ПК-5
18.		Назовите 2 типичных признака кризисной ситуации.	ПК-13
19.	фактор времени	Основной фактор в кризисной ситуации – это ...	ПК-13
20.		Что такое антикризисная программа?	ПК-5
21.		Перечислите, на что нацелена антикризисная программа	ПК-13
22.	А,В,Г,Е	Кто из нижеперечисленных входит в круг заинтересованных лиц внутренней среды: А) Главный управляющий; Б) Партнеры и инвесторы; В) Топ-менеджеры; Г) Сотрудники фирмы; Д) СМИ; Е) Руководители фирмы.	ПК-10
23.		Назовите одну из важнейших задач PR-специалиста в условиях кризисной ситуации.	ПК-10
24.		Перечислите цели внутри-организационной коммуникации.	ПК-5
25.		Какие важные факторы обязательно учитываются при ра-	ПК-13

		боте с кризисной ситуацией?	
26.		Что такое антикризисная стратегия?	ПК-13
27.		Что необходимо сделать на начальном периоде кризиса?	ПК-10
28.		От чего зависти выбор антикризисных мероприятий?	ПК-10
29.		Какую стратегию борьбы со слухами предложил американский специалист по вопросам коммуникации в условиях кризиса Уолтер Джон?	ПК-13
30.	информационных связей	Впишите пропущенные слова: «Любой конфликт или кризис – результат нарушения...»	ПК-10
31.		Назовите два основных варианта реагирования на кризис.	ПК-10
32.		Назовите "третий путь" реагирования на кризис	ПК-10

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрено для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он на повышенном уровне использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта. На повышенном уровне использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. На повышенном уровне применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта. Использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. Применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он частично использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта.

Частично использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. Частично применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта.

Не использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. Не применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если выставляется студенту, если изучаемый материал освоен полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если выставляется студенту, если он допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.