

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хвужков
Должность: директор
Дата подписания: 05.09.2024 17:17:19
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – филиал РАНХиГС

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

Утверждены
решением учебно-методической
комиссии по направлению
45.03.05 Медиакоммуникации
Протокол № 5
от « 15 » мая 2024 г

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

ФТД.01 «Антикризисный пиар»

по направлению подготовки

42.03.05 «Медиакоммуникации»

Медиапродюсирование и медиаменеджмент

Квалификация – бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора – 2025

Санкт-Петербург, 2024 г.

Автор(ы)–составитель(и):

кандидат педагогических наук

Юмашева И.А.

Заведующий кафедрой журналистики

и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

№ п/п	Код компетенции	Тип задания	Вопрос	Ответ
1.	ПК-7	Закрытое (с выбором)	<p>Выберите один вариант ответа: Какие стратегии антикризисного пиара могут помочь компании в период экономических трудностей?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Уменьшение бюджета на маркетинг и рекламу. 2. Акцент на корпоративной ответственности и благотворительности. 3. Сокращение коммуникаций с общественностью. 4. Игнорирование отрицательных отзывов в социальных сетях. 	2
2.	ПК-7	Закрытое (с выбором)	<p>Выберите один вариант ответа: Какие инструменты связей с общественностью могут быть эффективными при решении кризисных ситуаций?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пресс-релизы и коммюнике. 2. Игнорирование проблем и надежда на их саморазрешение. 3. Отказ от использования социальных сетей. 4. Резкое снижение зарплаты PR-специалистов. 	1
3	ПК-7	Закрытое (с выбором)	<p>Выберите верный вариант ответа: Какое из утверждений является правильным в контексте антикризисного пиара?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ограничение обратной связи с клиентами. 2. Игнорирование внутренних проблем компании. 3. Быстрое реагирование на отрицательные события. 4. Отказ от прозрачности в коммуникациях 	3
4	ПК-7	Закрытое (с выбором)	<p>Выберите один вариант ответа: Какую роль играет формирование положительного имиджа в антикризисном пиаре?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Повышение доверия к компании. 2. Отсутствие влияния на репутацию. 3. Игнорирование обратной связи от потребителей. 4. Скрытие информации о деятельности компании 	1
5	ПК-7	Закрытое (на сопоставление)	<p>Соотнесите понятие и его содержание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Антикризисный PR 2. Внутрифирменный PR 3. Закрытая общественность — <p>А. одно из направлений работы системы связей с общественностью, сущность которого заключается в подготовке компании к возможным кризисам Б. персонал предприятия, которых объединяют служебные обязанности и корпоративная дисциплина В. часть политики компании по управлению персоналом, основная цель которой заключается в создании системы мотивации и лояльности сотрудников</p>	1 А 2 В 3 Б
6	ПК-7	Закрытое (на сопоставление)	<p>Сопоставьте понятие и его содержание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Коммерческая или служебная тайна 	1 В 2 Б

			<p>2. Конфронтационный кризис</p> <p>3. Кризис злонамеренного поведения</p> <p>А. кризис, возникающий по причине террористических актов</p> <p>Б. кризис, характеризующийся критикой со стороны отдельных целевых аудиторий.</p> <p>В. информация в случае, если она имеет действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности ее третьим лицам, к ней нет свободного доступа на законном основании и обладатель информации принимает меры по охране ее конфиденциальности.</p>	3 А
7	ПК-7	Закрытое (на сопоставление)	<p>Сопоставьте понятие и его содержание:</p> <p>1. Специальные PR-мероприятия</p> <p>2. Управление имиджем</p> <p>3. «Черный» PR</p> <p>А. одно из направлений работы служб по связям с общественностью, сущность которого заключается в создании положительного имиджа предприятия</p> <p>Б. мероприятия, которые проводятся компанией в условиях отсутствия интересных новостей для публикации в средствах массовой информации.</p> <p>В. деятельность, ориентированная на ухудшение имиджа и образа какого-либо объекта.</p>	1 Б 2 А 3 В
8	ПК-7	Закрытое (на сопоставление)	<p>Сопоставьте понятие и его содержание:</p> <p>1. Имидж руководителя</p> <p>2. Дистанционирование</p> <p>3. Имидж потребителей</p> <p>А. инструмент, использующийся для того, чтобы уберечь созданный имидж от негативных ассоциаций</p> <p>Б. образ главного представителя компании, создание которого обуславливает восприятие целевыми аудиториями предприятия в целом</p> <p>В. позиционирование покупателей как личностей с определенным стилем жизни, социальным статусом и характером</p>	1 Б 2 А 3 В
9	ПК-7	Открытое (на дополнение)	<p>Дополните утверждение:</p> <p>...— кризис, проявляющийся в нарушении слаженной работы подразделений и служб предприятий.</p>	Кризис менеджмента
10	ПК-7	Открытое (на дополнение)	<p>Дополните утверждение:</p> <p>... — ситуация, характеризующаяся следующими параметрами: степенью угрозы жизни, безопасности и существованию компании; ограничением времени для принятия решения; стрессами у ответственных лиц; повышенным давлением на компанию со стороны общественности и средств массовой информации</p>	Кризисная ситуация
11	ПК-7	Открытое (на дополнение)	<p>Дополните утверждение:</p> <p>...— собирательный образ, состоящий из культурного уровня, квалификации, отличительных особенностей и других характеристик сотрудников компании</p>	Имидж персонала
12	ПК-7	Открытое (на дополнение)	<p>Дополните утверждение:</p> <p>...профессионального поведения и этики PR-специалистов — нормативные</p>	Кодексы

			документы, определяющие стандарты деятельности в сфере публичных отношений.	
13	ПК-7	Открытое (с развернутым ответом)	1. Дайте развернутый ответ, что представляет собой PR-кампания	совокупность стратегий и приемов, призванных получить расположение целевой аудитории и сформировать общественное мнение в пользу товара, услуги, компании или иного объекта
14	ПК-7	Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ, что представляет собой пропаганда	деятельность по распространению различной информации с целью воздействия на общественное сознание
15.	ПК-7	Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ, что представляет собой общественное мнение	совокупность многих индивидуальных мнений по конкретному вопросу, касающемуся какой-либо группы людей
16.	ПК-7	Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ, что представляет собой PR-подразделение	внутреннее подразделение компании, деятельность которого ориентирована на выполнение задач в сфере публичных отношений