

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Сочинский государственный университет»



СОГЛАСОВАНО

Декан СМФ

И.А. Иванов

2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Антикризисный PR


Шифр и направление подготовки	<u>42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»</u>
Квалификация (степень) выпускника	<u>бакалавр</u>
Профиль подготовки бакалавра	<u>Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах</u>
Форма обучения	<u>заочная</u>
Выпускающая кафедра	<u>Общей психологии и социальных коммуникаций</u>
Кафедра-разработчик рабочей программы	<u>Общей психологии и социальных коммуникаций</u>

Семестр	Трудоем- кость (час./зет.)	Лекц. заняти й, (час.)	Практ ич. заняти й, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС , (час.)	КР/ КП	КРЗ	Форма промежуточно го контроля (экз./зачет)
ЗФО								
5	108/3	6	8	-	90	-	+	Зачет с оц.(4)
Итого	108/3	6	8	-	90	-	+	Зачет с оц.(4)

Сочи 2019 г.

Рабочая программа по дисциплине «Антикризисный PR» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3 ++ (приказ № 512 от 08.06.2017) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Рабочую программу составила:


Круглова М.С., к.э.н., ст. преподаватель
каф. Общей психологии и социальных коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

на заседании кафедры Общей психологии и социальных коммуникаций
Протокол № 1 от «29» августа 2019 г.

Заведующий кафедрой  И.Б. Шуванов

Руководитель ОПОП  С.В. Марочкина

Рабочая программа одобрена на заседании Учебно-методического совета
направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 1 от «03» сентября 2019 г.

Председатель УМСН  И.А. Иванов

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям
Отдел качества образования и
методического обеспечения  В.В. Васильченко

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 201__/-201__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 201__ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа переутверждена на 201__/-201__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 201__ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа переутверждена на 201__/-201__ учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 201__ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой _____

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО 3++	5
3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.1 Тематический план дисциплины	7
4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	14
4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	14
5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	19
5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины	19
5.2 Организация самостоятельной работы студента (СРС) по дисциплине	20
5.3 Особенности преподавания дисциплины	21
5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины	21
Приложение АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	22

1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Антикризисный PR» является формирование целостной системы знаний об общих закономерностях и технологиях кризисных коммуникаций.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с основными категориями кризисных коммуникаций;
- определить стратегии и технологии кризисных коммуникаций;
- научить использовать кризисные коммуникации в зависимости от типа кризиса.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Антикризисный PR» относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)» к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Междисциплинарные связи дисциплины показаны в таблице 1.

Таблица 1

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
Универсальные компетенции			
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью Социальная психология в рекламе и связях с общественностью Психология массовых коммуникаций Проектный менеджмент в рекламе и связях с общественностью Мастер-класс "Тренинг публичного выступления" Психология	Преддипломная практика
Профессиональные компетенции			
	ПКУВ-1 Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Теория и практика рекламы и связей с общественностью Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью Социальная психология в рекламе и связях с общественностью Политический PR Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью Психология рекламы Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью Введение в специальность рекламы и связи с общественностью Методология и методы исследований в коммуникационной сфере Современные технологии социальной рекламы Организация специальных событий	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к результатам освоения дисциплины представлены в таблице 2.

Таблица 2

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
Универсальные компетенции			
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Демонстрирует знание индивидуально-психологических свойств субъекта социального взаимодействия; особенностей, правил и приемов социального взаимодействия в команде; особенностей поведения групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывает их в своей деятельности; психологии социально-ролевого и командного взаимодействия; основных теорий лидерства; стилей лидерства и возможностей их применения в различных ситуациях	Знать: особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде при возникновении кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне - З.УК-3.1; Уметь: учитывать особенности поведения групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, при возникновении кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне - У.УК-3.1; Владеть: навыками психологии социально-ролевого и командного стилей взаимодействия; основных теорий и стилей лидерства, возможностей их применения в различных ситуациях при возникновении кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне - Н.УК-3.1;
		УК-3.2. Организует собственное социальное взаимодействие в команде; определяет свою роль в команде; принимает рациональные решения и обосновывает их; планирует последовательность шагов для достижения заданного результата. Учитывает в совместной деятельности особенности поведения и общения разных людей, готов проявлять толерантность и асертивность в межличностном взаимодействии	Знать: способы организации социального взаимодействия в команде с определением своей роли при возникновении кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне - З.УК-3.2; Уметь: принимать рациональные решения с обоснованием при возникновении кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне - У.УК-3.2; Владеть: навыками планирования при возникновении кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне, учитывая в совместной деятельности особенности общения разных людей - Н.УК-3.2;

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		УК-3.3 Осуществляет межличностное взаимодействие, планирование собственных действий и координацию общих действий для достижения общих поставленных целей; применяет технологии создания и управления командой	Знать: правила межличностного взаимодействия при возникновении кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне - З.УК-3.3; Уметь: применять методы планирование собственных действий и координацию общих действий при выполнении совместных задач при возникновении кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне - У.УК-3.3; Владеть: навыками применения технологии создания и управления командой при возникновении кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне - Н.УК-3.3;
Профессиональные компетенции			
	ПКУВ-1 Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах	ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации	Знать: основы моделирования кризисных PR-кампаний в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности– З. ПКУВ 1.1; Уметь: выявлять источники возникновения кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне – У. ПКУВ 1.1; Владеть: навыками моделировать кризисные PR-кампании в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности – Н. ПКУВ 1.1;
		ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью	Знать: методы применения теории, инструментов и приемов маркетинга в рекламе и связях с общественностью - З.ПКУВ 1.2; уметь: использовать организационные основы и приемы маркетинга в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью - У. ПКУВ 1.2; владеть: навыками выбора инструментов и приемов маркетинга в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью - Н. ПКУВ 1.2;

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	<p>Знать: способы участия в организации и выполнении маркетинговых исследований при возникновении кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне - З. ПКУВ 1.3;</p> <p>Уметь: применять способы участия в организации и выполнении маркетинговых исследований с учетом возникновения кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне - У. ПКУВ 1.3;</p> <p>Владеть: навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований с учетом возникновения кризисных ситуаций и кризисов разного типа на микро- и макроуровне,- Н. ПКУВ-1.3;</p>

4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов

№ раздела, темы	Наименование темы дисциплины	ЗФО					
		Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы				
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС	Контроль
1	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования. Типология кризисов на предприятии и причины их возникновения	19	1	2	-	16	-
2	Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса. Репутационные риски и защита имиджа в кризисной ситуации	21	1	2	-	18	-
3	Антикризисный план и антикризисная программа. Стадии антикризисного PR (докризисные, кризисные, посткризисные)	22	2	2	-	18	-
4	Прогнозирование и анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки. Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации. Антикризисное консультирование. Методы кризисного консалтинга в PR.	22	2	2	-	18	-
	Контрольная работа	20	-	-	-	20	-
	Зачет с оценкой	4	-	-	-	-	4
ИТОГО:		108	6	8	-	90	4

4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов	Краткое содержание	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования. Типология кризисов на предприятии и	1	Происхождение и понятийный аппарат PR, антикризисных PR. Специфика содержания и функций антикризисных PR. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития антикризисных PR как профессии	3.УК.3.1 У.УК.3.1 3.УК.3.2 У.УК3.2 3.УК.3.3 У.УК.3.3 3.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; 3.ПКУВ 1.2;	1-2, 3-7

	причины их возникновения		и отрасли бизнеса. Роль антикризисных PR в современном обществе и рыночной экономике. Типология кризисов и их классификация. Организационный кризис. Кризис доверия: определения, причины, последствия. Понятия кризиса и причины его возникновения. Восстановление репутации и доверия после кризиса. Распределение ролей в кризисе. Предотвращение социальных кризисов методами PR.	У.ПКУВ 1.2; 3.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3;	
2	Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса. Репутационные риски и защита имиджа в кризисной ситуации	1	Основные функции, задачи антикризисного реагирования. Руководство по кризисным ситуациям (Crisis Manual), структура, ключевые понятия, правила формирования пакета антикризисной документации. Факторы и условия, влияющие на эффективность кризисного PR. Репутация как актив организации и как условие ведения бизнеса. Концепция заинтересованных лиц организации. Репутация организации в восприятии различных заинтересованных лиц. Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия. Причины кризисов репутации. Роль СМИ в развитии кризисов репутации. Специфический характер спектра вовлеченности заинтересованных лиц в различные кризисы организации.	3.УК.3.1 У УК.3.1 3.УК.3.2 У УК.3.2 3.УК.3.3 У.УК.3.3 3.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; 3.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; 3.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3;	1-2, 3-7
3	Антикризисный план и антикризисная программа. Стадии антикризисного PR (докризисные, кризисные, посткризисные)	2	Прогнозирование и планирование антикризисного PR на основе ранжированного перечня рисков организации. Методы разработки планов антикризисного PR. Содержание планов антикризисного PR. Планирование сообщений во времени, разным адресатам (заинтересованным лицам), по разным информационным каналам в отношении различных кризисов организации. Шаблоны сообщений. Распределение ролей при реализации мероприятий антикризисного PR. Прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий антикризисного PR; упреждение, нейтрали-	3.УК.3.1 У УК.3.1 3.УК.3.2 У УК.3.2 3.УК.3.3 У.УК.3.3 3.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; 3.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; 3.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3;	1-2, 3-7

			зация кризиса; послекризисные мероприятия. Содержание различных этапов антикризисного PR.		
4	Прогнозирование и анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки. Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации. Антикризисное консультирование. Методы кризисного консалтинга в PR.	2	Особенности прогнозирования и планирования в менеджменте проблемных ситуаций. Сущность, диагностика, методики. Оценка эффективности. Антикризисный мониторинг. Социологический опрос, фокус-группы, экспертные оценки, контент-анализ. Контроль каналов коммуникации. Принципы оперативности и открытости при реагировании. Основные пресс-материалы для работы в кризисной ситуации: пресс-релиз, заявление, Q&A и др. Наиболее эффективные инструменты Media Relations. Сравнение зарубежной и российской практики работы со СМИ. Правила поведения в кризисной ситуации: подготовка к возможному кризису, выбор средств их предотвращения, определение конкретной стратегии и тактики на случай кризиса, формирование антикризисной команды, создание эффективных каналов связи с общественностью, проверка исполнения всех принятых решений.	3.УК.3.1 У УК.3.1 3.УК.3.2 У УК3.2 3.УК.3.3 У.УК.3.3 3.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; 3.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; 3.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3;	1-2, 3-7
Итого		6			

4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов	Краткое содержание	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования. Типология кризисов на предприятии и причины их возникновения	2	Основные профессиональные термины и понятия кризисных связей с общественностью; принципы, классификация услуг, функции специалиста по антикризисным PR, профессиональные требования к специалисту, стандарты, сертификация и лицензирование. Антикризисные PR как функция социального управления. Основные источники возникновения кризисных ситуаций и рисков разного типа на микро- и макроуровне.	3.УК.3.1 У УК.3.1 Н УК.3.1 3.УК.3.2 У УК3.2 Н УК.3.2 3.УК.3.3 У.УК.3.3 Н УК.3.3 3.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; Н.ПКУВ 1.1; 3.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; Н.ПКУВ 1.2; 3.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3 Н.ПКУВ 1.3	1-2, 3-7

2	Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса. Репутационные риски и защита имиджа в кризисной ситуации	2	Сравнение принципов работы с журналистами и блогерами, определение наиболее релевантных и эффективных инструментов. Лидеры общественного мнения и выстраивание системы взаимодействия с ними. Факторы, симптомы и причины кризисов в организации. Особенности антикризисного PR в бизнесе (корпоративная идентичность, идеология, философия компании). Формирование кризисной команды. Оценка и прогнозирование развития кризиса. Распространенные ошибки, которые делает компания в кризисной ситуации. Методы защиты репутации.	3.УК.3.1 У УК.3.1 Н УК.3.1 3.УК.3.2 У УК3.2 Н УК.3.2 3.УК.3.3 У.УК.3.3 Н УК.3.3 3.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; Н.ПКУВ 1.1; 3.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; Н.ПКУВ 1.2; 3.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3 Н.ПКУВ 1.3	1-2, 3-7
3	Антикризисный план и антикризисная программа. Стадии антикризисного PR (докризисные, кризисные, посткризисные)	2	Разработка антикризисной стратегии: структура, цели и задачи, основные компоненты, этапы. Отличия антикризисных от стратегий по управлению репутацией. Ключевые целевые аудитории и каналы коммуникации в кризисе. Роль топ-менеджмента и PR-консультанта в системе управления кризисными ситуациями. Принципы работы с персоналом и внутренние коммуникации в кризисе. Регулирование и разрешение социальных кризисов и конфликтов: определение основных понятий – регулирование, разрешение, управление, предотвращение, минимизация последствий.	3.УК.3.1 У УК.3.1 Н УК.3.1 3.УК.3.2 У УК3.2 Н УК.3.2 3.УК.3.3 У.УК.3.3 Н УК.3.3 3.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; Н.ПКУВ 1.1; 3.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; Н.ПКУВ 1.2; 3.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3 Н.ПКУВ 1.3	1-2, 3-7
4	Прогнозирование и анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки. Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации. Антикризисное консультирование. Методы кризисного консалтинга в PR.	2	Мониторинг средств массовой информации. Анализ внутренних и внешних источников информации. Методы диагностики в кризисном PR. Анализ по методу SWOT. Анализ коммуникационных каналов. Кризисный мониторинг. Коммуникативные приемы и современные информационные технологии. Понятие информационного поля. Сценография информационных поводов. Порядок организации и распределения основных информационных потоков. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории. Особенности проведения информационных кампаний в регионах. Стратегия кампании, ее представление заказчику. Творческий аспект антикри-	3.УК.3.1 У УК.3.1 Н УК.3.1 3.УК.3.2 У УК3.2 Н УК.3.2 3.УК.3.3 У.УК.3.3 Н УК.3.3 3.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; Н.ПКУВ 1.1; 3.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; Н.ПКУВ 1.2; 3.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3 Н.ПКУВ 1.3	1-2, 3-7

			зисной стратегии. Функции PR-консультанта в кризисной ситуации. Оперативный контроль и корректировка текущих проектов. Методика определения промежуточных и результирующих итогов кампании. Виды документов: информационные, имиджевые, корпоративные документы, реклама. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом: корпоративная многотиражная газета, информационные бюллетени, другие формы.		
Итого		8			

4.1.3 Лабораторные занятия не предусмотрены УП

4.1.4 Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов	Вид СРС	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования. Типология кризисов на предприятии и причины их возникновения	16	Ознакомление с нормативно-правовыми документами; работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, подготовка к промежуточной аттестации	З.УК.3.1 У.УК.3.1 Н.УК.3.1 З.УК.3.2 У.УК.3.2 Н.УК.3.2 З.УК.3.3 У.УК.3.3 Н.УК.3.3 З.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; Н.ПКУВ 1.1; З.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; Н.ПКУВ 1.2; З.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3 Н.ПКУВ 1.3	1-2, 3-7
2	Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса. Репутационные риски и защита имиджа в кризисной ситуации	18	Ознакомление с нормативно-правовыми документами; работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, подготовка к промежуточной аттестации	З.УК.3.1 У.УК.3.1 Н.УК.3.1 З.УК.3.2 У.УК.3.2 Н.УК.3.2 З.УК.3.3 У.УК.3.3 Н.УК.3.3 З.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; Н.ПКУВ 1.1; З.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; Н.ПКУВ 1.2; З.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3 Н.ПКУВ 1.3	1-2, 3-7
3	Антикризисный	18	Ознакомление с нормативно-	З.УК.3.1 У.УК.3.1	1-2, 3-7

	план и антикризисная программа. Стадии антикризисного PR (докризисные, кризисные, посткризисные)		правовыми документами; работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, подготовка к промежуточной аттестации	Н УК.3.1 З.УК.3.2 У УК3.2 Н УК.3.2 З.УК.3.3 У.УК.3.3 Н УК.3.3 З.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; Н.ПКУВ 1.1; З.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; Н.ПКУВ 1.2; З.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3 Н.ПКУВ 1.3	
4	Прогнозирование и анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки. Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации. Антикризисное консультирование. Методы кризисного консалтинга в PR.	18	Ознакомление с нормативно-правовыми документами; работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, подготовка к промежуточной аттестации	З.УК.3.1 У УК.3.1 Н УК.3.1 З.УК.3.2 У УК3.2 Н УК.3.2 З.УК.3.3 У.УК.3.3 Н УК.3.3 З.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; Н.ПКУВ 1.1; З.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; Н.ПКУВ 1.2; З.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3 Н.ПКУВ 1.3	1-2, 3-7
	Контрольная работа	20	Написание контрольной работы	З.УК.3.1 У УК.3.1 Н УК.3.1 З.УК.3.2 У УК3.2 Н УК.3.2 З.УК.3.3 У.УК.3.3 Н УК.3.3 З.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; Н.ПКУВ 1.1; З.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; Н.ПКУВ 1.2; З.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3 Н.ПКУВ 1.3	1-2, 3-7
Итого:		90			

4.1.5 Интерактивные формы занятий

Занятия в интерактивной форме не предусмотрены учебным планом

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1 Литература

1. Решетникова, К.В. Конфликты в системе управления: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Менеджмент организаций», «Государственное и муниципальное управление», «Управление персоналом» / К.В. Решетникова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 175 с. - ISBN 978-5-238-02393-9. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028652>, по паролю. – Загл. с экрана

2. Антикризисное управление организацией: Учебное пособие / Зуб А.Т., Панина Е.М. - М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-8199-0327-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/437639>, по паролю. – Загл. с экрана

3. Файншмидт, Е. А. Антикризисный PR [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. А. Файншмидт, Т. В. Юрьева, Б. В. Кузнецов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, 2010. — 118 с. — 978-5-374-00367-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10609.html>, по паролю. – Загл. с экрана

4. Веснин, В. Р. Антикризисное управление [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. Р. Веснин, Т. В. Юрьева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, 2011. — 214 с. — 978-5-374-00197-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10608.html>, по паролю. – Загл. с экрана

5. Антикризисное управление. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / В. Я. Захаров, А. О. Блинов, Д. В. Хавин [и др.] ; под ред. В. Я. Захаров. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 304 с. — 978-5-238-01513-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/7034.html>, по паролю. – Загл. с экрана

6. Бабушкина, Е. А. Антикризисное управление [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. А. Бабушкина, О. Ю. Бирюкова, Л. С. Верещагина. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Научная книга, 2012. — 159 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6260.html>, по паролю. – Загл. с экрана

7. Мазилкина, Е. И. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. И. Мазилкина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Эксмо, 2010. — 192 с. — 978-5-699-40886-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/907.html>, по паролю. – Загл. с экрана

4.2.3 Учебно–методические материалы и пособия, нормативные документы

Нормативные акты

4.2.3 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Студентам обеспечивается доступ к базам данных и библиотечным фондам университета. СГУ обеспечивает оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, а также доступ обучающихся к информационным справочным и поисковым системам.

В частности, обеспечивается доступ к следующим электронно-библиотечным системам и базам данных:

Электронная библиотека Сочинского государственного университета [Электронный ресурс]: база данных. – Электрон. дан. – Сочи, [2017–]. – Режим доступа: <http://lib.sutr.ru/>, свободный. – Загл. с экрана.

Электронные библиотечные системы:

IPRbooks [Электронный ресурс] : электронно–библиотечная система / ЭБС IPRbooks ; ООО «Ай Пи Эр Медиа», электронное периодическое издание «www.iprbookshop.ru». – Электрон. дан. – Саратов, [2010–]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>, по паролю. – Загл. с экрана.

Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно–библиотечная система / ЭБС Znanium.com, ООО 13. «Научно–издательский центр Инфра–М». – Электрон. дан. – Москва, [2011–]. – Режим доступа: <http://znanium.com/>, по паролю. – Загл. с экрана.

Образовательные и научные ресурсы со свободным доступом.

КиберЛенинка [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека открытого доступа / ООО «Итеос». – Электрон. дан. – Москва, [2014–]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>, свободный. – Загл. с экрана.

eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека / Компания «Научная электронная библиотека» (eLIBRARY.RU). – Электрон. текстовые дан. – Москва, [2000–]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/>, требуется регистрация. – Загл. с экрана.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду СГУ

Зав.библиотекой



Е.С.Мысина

4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Текущая аттестация по дисциплине осуществляется в форме проведения устного опроса; контрольной работы. Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

Содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в комплекте оценочных средств (контролирующих материалов), предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- вопросы к устному опросу;
- задания контрольной работы;
- вопросы к зачету с оценкой;

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ

1. Предпосылки становления и развития антикризисного PR в зарубежной и российской практике.
2. Жизненный цикл организации и основные задачи антикризисного управления.
3. Опыт осуществления антикризисного PR на разных стадиях развития кризисной ситуации.
4. Создание антикризисной программы, разработка позиции антикризисного реагирования.
5. Организация и технология проведения антикризисных PR-кампаний.
6. Методы исследований в кризисном PR. Коммуникационный аудит.
7. Оперативное реагирование на события. Взаимодействие со СМИ.
8. «Корпоративные извинения». Коммуникации, направленные на восстановление имиджа предприятия.
9. Факторы устойчивости в антикризисном PR. Корпоративная идеология.
10. Работа с персоналом в кризисной ситуации. Кадровый потенциал как фактор устойчивости.
11. Понятие реинжиниринга бизнес-процессов. Реинжиниринг в кризисном PR.
12. Адаптационный PR-менеджмент. Понятие адаптации предприятия.
13. Черный PR: основные формы, методы и инструменты.
14. СМИ как фактор манипулирования. Информационные и психологические войны.
15. Классификация рабочих документов в антикризисном PR.
16. Риск-менеджмент в PR. Управление информационными рисками.
17. Технологии антикризисного PR. Стратегия и тактика антикризисных мер.

5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации студентам по изучению дисциплины

Практические занятия и самостоятельные работы студентов осуществляются в соответствии с графиком проведения занятий и самостоятельной работы студентов.

Конкретные задания по изучению учебного материала по прочитанным лекциям в порядке подготовки к практическим занятиям студенты должны получать от преподавателей, которые ведут эти формы занятий. Характер и количество задач, решаемых на практических занятиях, определяются преподавателем, ведущим занятия. Желательно, чтобы студент кратко законспектировал основные положения, самостоятельно приобрел навыки в решении задач.

Самостоятельная работа студентов включает изучение рекомендованной литературы при подготовке к практическим занятиям, выполнение домашних заданий. В процессе изучения дисциплины выполняются домашние задания по закреплению знаний, полученных на практических занятиях. Их целью является приобретение студентами навыков принятия стратегических решений на примере конкретных ситуаций. В качестве контрольно-развивающих форм используется устный опрос.

Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки решения ими учебных заданий и практических задач, выполнения домашних заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям. Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. При подготовке задания используйте рекомендуемые по данной теме учебники, техническую литературу, материалы электронно-библиотечных систем или другие Интернет-ресурсы. Внимательно прочитайте материал, по которому требуется составить конспект. Постарайтесь разобраться с непонятным материалом, в частности новыми терминами и понятиями. Кратко перескажите содержание изученного материала. Составьте план конспекта, акцентируя внимание на наиболее важные моменты текста. В соответствии с планом выпишите по каждому пункту несколько основных предложений, характеризующих ведущую мысль описываемого пункта плана. Показатели оценки результатов: краткое изложение (при конспектировании) основных теоретических положений темы; логичность изложения ответа; уровень понимания изученного материала.

Методические рекомендации студентам по подготовке к выполнению контрольной работы

Контрольная работа является средством проверки и оценки знаний студентов по освоенному материалу, а также умений применять полученные знания для решения поставленных задач. Контрольная работа является текущим средством оценки знаний, умений, навыков студента. Данный вид оценочного средства проводится письменно, путем ответов студентами на поставленные вопросы и задачи. В случае неудовлетворительной сдачи задания студенту разрешается переписать до промежуточной аттестации.

Во время выполнения контрольной работы оценивается способность студента найти правильный ответ на поставленный вопрос, применять знания, умения, навыки, полученные в ходе лекций, практических занятий. Показатели оценки результатов: качество уровня освоения учебного материала; умение использовать теоретические знания при выполнении практических задач или ответе на практико-ориентированные вопросы; обоснованность и четкость изложения ответа.

5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и выполнения контрольной работы.
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненной контрольной работы.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются:

- наличие помещений для СРС;
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие учебно-методических материалов со списком рекомендуемой литературы, рекомендаций по решению типовых задач, образцов отчетов о выполнении СРС;
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы (методические указания по выполнению СРС).

Самостоятельная по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на практические занятия; подготовка к практическим занятиям;

Основная задача самостоятельной работы — углубленное изучение разделов курса, нормативно-правовых документов. Основу самостоятельной работы студента составляет выполнение заданий по завершению изучения каждой темы курса. Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает несколько этапов, что позволит лучше усвоить пройденный материал.

Работу целесообразно начинать с изучения конспекта лекций и материала учебника, затем следует приступать к выполнению заданий. Формой отчётности являются устный опрос, контрольная работа.

Дисциплина должна быть обеспечена учебно-методической литературой в объеме, достаточном для проведения всех предусмотренных видов учебных занятий.

Каждый обучающийся по дисциплине должен быть обеспечен учебно-методической литературой.

5.3 Особенности преподавания дисциплины

Особенностей преподавания дисциплины нет.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

1. Информационные технологии: использование электронных образовательных ресурсов (электронный конспект) при подготовке к лекциям и практическим занятиям;
2. Привлечение нормативных правовых источников, материалов исследований, статистики и периодической научной печати;

3. Интерактивные технологии: актуальный анализ практики, разбор конкретных ситуаций;
4. Работа в команде: совместная работа студентов в малых группах при выполнении практических заданий по темам.

Методами изучения дисциплины являются: чтение лекций с разбором проблемных ситуаций, организация дискуссий при разборе конкретных ситуаций, самостоятельное изучение вопросов по темам дисциплины. Способами изучения дисциплины являются: участие студентов в решении проблем при прослушивании лекций, подготовка по вопросам при подготовке к лекциям и практическим занятиям, участие в дискуссии при обсуждении ситуаций.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные и практические занятия:

комплект электронных презентаций/слайдов, сопровождающих лекцию и практическое занятие; аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук, звукоусиливающая аппаратура и т.д.); таблицы, графическая информация и т.д.

Рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

При реализации дисциплины использовано следующее лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 Home Basic. Трёхсторонний договор по проекту Темпус №530529-TEMPUS-1-2012-1-ES-TEMPUS-JPCR. Накладная №32 от 07.10.2013 г. Бессрочная лицензия.
- Kaspersky Endpoint Security – Лицензионный договор №ВК (ИКЗ 181232005119923200100100070010000000) № 101/18д от 02.03.2018 г. Срок действия обновлений – по 30.03.2019, Лицензионный договор №04-S00310L (92/19д) от 01.03.2019 г. Срок действия обновлений – по 28.03.2020 г.
- LibreOffice – Бесплатное ПО, свободно распространяемое.
- Yandex Browser – Бесплатное ПО, свободно распространяемое.
- VLC (видеопроигрыватель) - Бесплатное ПО, свободно распространяемое.
- Microsoft Powerpoint Viewer – Бесплатное ПО, свободно распространяемое.

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Бакалавриат

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах»

АННОТАЦИЯ

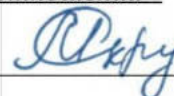
рабочей программы дисциплины

Антикризисный PR

Дисциплина части, формируемая участниками образовательных отношений

Заочная форма обучения

Составитель аннотации – Круглова М.С., к.э.н., ст.преп. каф. ОПиСК



Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ/ час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	Формирование целостной системы знаний об общих закономерностях и технологиях кризисных коммуникаций
Содержание дисциплины	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования. Типология кризисов на предприятии и причины их возникновения. Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса. Репутационные риски и защита имиджа в кризисной ситуации. Антикризисный план и антикризисная программа. Стадии антикризисного PR (докризисные, кризисные, посткризисные). Прогнозирование и анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки. Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации. Антикризисное консультирование. Методы кризисного консалтинга в PR
Формируемые компетенции	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде ПКУВ-1 Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-3.1. Демонстрирует знание индивидуально-психологических свойств субъекта социального взаимодействия; особенностей, правил и приемов социального взаимодействия в команде; особенностей поведения групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывает их в своей деятельности; психологии социально-ролевого и командного взаимодействия; основных теорий лидерства; стилей лидерства и возможностей их применения в различных ситуациях УК-3.2. Организует собственное социальное взаимодействие в команде; определяет свою роль в команде; принимает рациональные решения и обосновывает их; планирует последовательность шагов для достижения заданного результата. Учитывает в совместной деятельности особенности поведения и общения разных людей, готов проявлять толерантность и ассертивность в межличностном взаимодействии УК-3.3 Осуществляет межличностное взаимодействие, планирование собственных действий и координацию общих действий для достижения общих поставленных целей; применяет технологии создания и управления командой ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью, Социальная психология в рекламе и связях с общественностью, Психология массовых коммуникаций, Проектный менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Мастер-класс "Тренинг публичного выступления", Психология, Теория и практика рекламы и связей с общественностью, Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью, Политический PR, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью, Психология рекламы, Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью, Введение в специальность рекламы и связи с общественностью, Методология и методы исследований в коммуникационной сфере, Современные технологии социальной рекламы, Организация специальных событий
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий; 3) выполнение контрольной работы
Формы текущего контроля успеваемости	Устный опрос, контрольная работа
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

Зав. кафедрой ОПиСК



И.Б. Шуванов