

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра брендинга и визуальных коммуникаций

АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ / ANTI-CRISIS COMMUNICATIONS

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

*Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность: " Брендинг и деловая репутация / Branding and Goodwill "*

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения – очная, очно-заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ / ANTI-CRISIS COMMUNICATIONS

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составители:

Д.э.н., заведующий кафедрой брендинга и визуальных коммуникаций

Секерин В.Д.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры брендинга и визуальных коммуникаций

№ 3 от 14.11.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине.....	5
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
2. Структура дисциплины	6
3. Содержание дисциплины	7
4. Образовательные технологии	9
5. Оценка планируемых результатов обучения	10
5.1. Система оценивания.....	10
5.2. Критерии выставления оценок.....	11
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	12
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	40
6.1. Список источников и литературы.....	40
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	41
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	42
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	42
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья	43
9. Методические материалы	45
9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий.....	45
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	54
9.3. Иные материалы.....	56
Приложения	
Приложение 1. Аннотация дисциплины	58

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: формирование у студентов магистратуры целостного представления о современных коммуникационных технологиях, применяемых в российской и международной практике, изучение тенденций развития коммуникационного рынка и технологий кризисных коммуникаций, освоение эффективного инструментария для продвижения интересов политических, корпоративных и потребительских брендов в условиях коммуникационного кризиса. Курс призван формировать систему взглядов на современную коммуникационную деятельность и перспективы ее развития.

Предмет - теоретические и методологические основы коммуникации в ситуации кризиса в различных отраслях и сферах деятельности.

Задачи:

- вооружить будущих магистров знаниями и практическими навыками работы современного специалиста по управлению антикризисными коммуникациями;
- уметь прогнозировать, оценивать кризисные явления, а также планировать антикризисные мероприятия;
- анализ основных аспектов массовой коммуникации в современном информационном пространстве;
- ознакомление с профессиональными и этическими требованиями к работе специалиста по коммуникациям в кризисе;
- развитие навыков творческого мышления, умение прогнозировать развитие социальных и коммуникативных процессов, решения конкретных задач с помощью современных технологий антикризисных коммуникаций.

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

<i>Коды компетенции</i>	<i>Индикаторы компетенций</i>	<i>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине</i>
ПК-2 Способен управлять информацией из различных источников	ПК-2.6 знает структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений	Знать: зоны ответственности и функции подразделений при формировании антикризисных коммуникаций; возможности развития структуры организации, зон ответственности и функций подразделений при формировании антикризисных коммуникаций. Уметь: осуществлять практическую деятельность в области работы с внутренней целевой аудиторией организации при формировании антикризисных коммуникаций Владеть: навыками организации и проведения мероприятий при формировании антикризисных коммуникаций.
ПК-3 Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуг), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации	ПК-3.8 Умеет проводить оценку стоимости брендов организации	Знать: особенности организации анализа стоимости брендов; методы и инструменты оценки стоимости брендов организации Уметь: практически проводить оценку стоимости брендов организации Владеть: навыками организации анализа стоимости брендов; способностями практического применения методов и инструментов оценки стоимости брендов организации.
	ПК-3.9 Умеет улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами	Знать: особенности организации анализа и улучшения бизнес-процессов организации в сфере управления брендами; теоретические основы принятия управленческих решений при улучшении бизнес-процессов организации в сфере управления брендами Уметь: осуществлять подбор корректирующих мероприятий для улучшения бизнес-процессов организации в сфере управления

		брендами; оценивать эффективность улучшения бизнес-процессов организации в сфере управления брендами. Владеть: навыками анализа и улучшения бизнес-процессов организации в сфере управления брендами; способностью генерировать новые идеи, находить подходы к их реализации при улучшении бизнес-процессов организации в сфере управления брендами
--	--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Антикризисные коммуникации» является элективной дисциплиной части дисциплин учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, по направлению подготовки 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью» (направленность «*Брендинг и деловая репутация*») и предназначена для студентов очной, очно-заочной форм обучения магистратуры. Дисциплина реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой брендинга и визуальных коммуникаций.

Для освоения дисциплины необходимы *компетенции*, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин:

- *Корпоративная культура и деловая репутация*
- *Имиджевые технологии в бизнес-коммуникациях*
- *Разработка и реализация коммуникационной стратегии*
- *Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности*

В результате освоения дисциплины *формируются компетенции*, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

- *Преддипломная практика*
- *Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена*
- *Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работе*

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	12
4	Семинары/лабораторные работы	18
Всего:		30

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 78 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	8
4	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

2. Discipline structure

The total labor intensity of the discipline is 3 Credit, 108 academic hours (s).

Discipline structure for full-time training

The scope of the discipline in the form of contact work of students with pedagogical workers and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other conditions during training sessions:

Semester	Type of training sessions	Number of hours
4	Lectures	12
4	Workshops/Lab Works	18
Total:		30

The scope of the discipline (module) in the form of independent work of students is 78 academic hours (s).

Discipline structure for part-time training

The scope of the discipline in the form of contact work of students with pedagogical workers and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other conditions during training sessions:

Semester	Type of training sessions	Number of hours
4	Lectures	8
4	Workshops/Lab Works	16
Total:		24

The scope of the discipline (module) in the form of independent work of students is 66 academic hours (s).

3. Содержание дисциплины

Тема 1. Кризис: определение, причины, последствия. Типы и виды кризисов.

- Кризис репутации и кризис доверия: определения, причины, последствия.
- Типология кризисов и их классификация.
- Организационный кризис.
- Понятия кризиса и причины его возникновения.
- Восстановление репутации и доверия после кризиса.
- Распределение ролей в кризисе.
- Социальные кризисы и их определения.
- Предотвращение социальных кризисов

Тема 2. Анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки

- Анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки.
- Мониторинг средств массовой информации.
- Анализ внутренних и внешних источников информации.
- Методы диагностики в кризисной ситуации.
- Анализ по методу SWOT.
- Анализ коммуникационных каналов. Кризисный мониторинг

Тема 3. Кризисные коммуникации: понятие, содержание, принципы антикризисного реагирования

- Кризисные коммуникации: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования.
- Основные функции, задачи.
- Руководство по кризисным ситуациям (Crisis Manual), структура, ключевые понятия, правила формирования пакета антикризисной документации.
- Факторы и условия, влияющие на эффективность кризисных коммуникаций.

Тема 4. Основные формы, методы и инструменты коммуникации в кризисной ситуации

- Основные формы, методы и инструменты коммуникации в кризисной ситуации.
- Влияние кризисной ситуации на репутацию компании.
- Методы противодействия информационным атакам.
- Принципы работы в ситуации кризиса, спровоцированного атаками конкурентов и методы защиты.

Тема 5. Кризисные коммуникации: понятие, содержание, принципы антикризисного реагирования

- 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 менеджера по кризисным коммуникациям в системе управления кризисными ситуациями.
- Принципы работы с персоналом и внутренние коммуникации в кризисе

Тема 6. Практика кризисных коммуникаций: планирование, реализация и оценка

- Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации.
- 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

Тема 7. Media Relations в кризисе: сущность и принципы работы

- Роль информации в диагностике и управлении кризисами.
- Сравнение принципов работы с журналистами и блогерами, определение наиболее релевантных и эффективных инструментов.
- Лидеры общественного мнения и выстраивание системы взаимодействия с ними.

Тема 8. Взаимодействие с Social Media в кризисной ситуации: сущность и принципы работы

- Факторы, симптомы и причины кризисов в организации.
- Особенности антикризисных коммуникаций 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.

Тема 9. Кризисные коммуникации в управлении репутацией компании

- Специфика работы с потребительскими брендами и особенности кризисов в сфере consumer relations.
- Подходы к выявлению причин кризисов.
- Управление слухами.
- Обратная связь с потребителем.
- Принципы PR-работы с потребителями.

3. Discipline content

Topic 1. Crisis: definition, causes, consequences. Types and types of crises.

- Reputation crisis and trust crisis: definitions, causes, consequences.
- Typology of crises and their classification.
- Organizational crisis.
- Concepts of crisis and the reasons for its occurrence.
- Restoring reputation and trust after the crisis.
- Distribution of roles in crisis.
- Social crises and their definitions.
- Preventing social crises

Topic 2. Crisis Analysis: External and Internal Characteristics

- Crisis analysis: external and internal characteristics.
- Media monitoring.
- Analysis of internal and external sources of information.
- Diagnostic methods in a crisis.
- SWOT analysis.

- Analysis of communication channels. Crisis monitoring

Topic 3. Crisis communications: concept, content, principles of anti-crisis response

- Crisis communications: concepts, content, principles of anti-crisis response.
- Main functions, tasks.
- Crisis Manual, structure, key concepts, rules for forming an anti-crisis documentation package.
- Factors and conditions affecting the effectiveness of crisis communications.

Topic 4. Basic forms, methods and tools of communication in a crisis situation

- Basic forms, methods and tools of communication in a crisis situation.
- Impact of the crisis situation on the company's reputation.
- Methods of countering information attacks.
- Principles of work in a situation of crisis provoked by attacks of competitors and methods of protection.

Topic 5. Crisis communications: concept, content, principles of anti-crisis response

- Development of an anti-crisis strategy: structure, goals and objectives, main components, stages.
- Differences between anti-crisis and reputation management strategies.
- Key target audiences and communication channels in the crisis.
- Role of top management and crisis communications manager in the crisis management system.
- Principles of working with personnel and internal communications in crisis

Topic 6. Crisis Communication Practice: Planning, Implementation and Evaluation

- Media Relations in crisis: essence, principles, practical recommendations.
- Control of communication channels.
- Principles of responsiveness and openness.
- The main press materials for working in a crisis situation: press release, statement, Q&A, etc.
- The most effective Media Relations tools.
- Comparison of foreign and Russian media practices

Topic 7. Media Relations in Crisis: Essence and Principles of Operation

- Role of information in diagnosis and crisis management.
- Comparison of the principles of working with journalists and bloggers, determination of the most relevant and effective tools.
- Leaders of public opinion and building a system of interaction with them.

Topic 8. Interaction with Social Media in a crisis: the essence and principles of work

- Factors, symptoms and causes of crises in the organization.
- Features of anti-crisis communications in business (corporate identity, ideology, philosophy of the company).
- Forming a crisis team.
- Assessment and forecasting of the development of the crisis.
- Common mistakes that the company makes in a crisis
- Reputation protection methods.

Topic 9. Crisis Communications in Company Reputation Management

- Specifics of working with consumer brands and features of crises in the field of consumer relations.
- Approaches to identifying the causes of crises.
- Hearing management.
- Customer feedback.
- Principles of PR-work with consumers.

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Тема 1. Кризис: определение, причины, последствия. Типы и виды кризисов.	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	<i>Лекция - беседа</i> <i>Дискуссия</i> <i>Опрос на семинаре</i> <i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
2.	Тема 2. Анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки	Лекция 2 Семинар 2 Самостоятельная работа	<i>Проблемная лекция</i> <i>Собеседование</i> <i>Научное сообщение (доклад или реферат)</i>
3.	Тема 3. Антикризисные коммуникации: понятие, содержание, принципы антикризисного реагирования	Лекция 3 Семинар 3 Самостоятельная работа	<i>Лекция - беседа</i> <i>Дискуссия, круглый стол</i> <i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
4.	Основные формы, методы и инструменты в антикризисных коммуникациях	Лекция 4. Семинар 4 Самостоятельная работа	<i>Проблемная лекция</i> <i>Собеседование</i> <i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
5.	5. Антикризисные коммуникации: понятие, содержание, принципы антикризисного реагирования	Лекция 5. Семинар 5 Самостоятельная работа	<i>Лекция с разбором конкретных ситуаций</i> <i>Собеседование</i> <i>Опрос на семинаре</i>
6.	Тема 6. Практика антикризисных коммуникаций: планирование, реализация и оценка	Лекция 6. Семинар 6 Самостоятельная работа	<i>Лекция - беседа</i> <i>Дискуссия</i> <i>Защита презентаций и проектов студентов</i>
7.	Тема 7. Media Relations в кризисе: сущность и принципы работы	Лекция 7. Семинар 7. Самостоятельная работа	<i>Лекция – визуализация</i> <i>Семинар по теме</i> <i>Консультирование и проверка домашних заданий</i>
8.	Тема 8. Взаимодействие с Social Media в кризисной ситуации: сущность и принципы работы	Лекция 8. Семинар 8. Самостоятельная работа	<i>Проблемная лекция</i> <i>Семинар по теме</i> <i>Консультирование</i>
9.	Тема 9. Антикризисные	Лекция 9.	Семинар по теме

коммуникации в управлении репутацией компании	Семинар 9. Самостоятельная работа	Круглый стол
---	--------------------------------------	--------------

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

<i>Форма контроля</i>	<i>Срок отчетности</i>	<i>Макс. количество баллов</i>	
		<i>За одну работу</i>	<i>Всего</i>
<i>Текущий контроль:</i>			
- опрос	2, 3, 4, 5, 6, 7, недели	2 баллов	18 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	2, 3, 4, 5, 6, 7 недели	2 балла	18 баллов
- проектная работа	7 неделя	10 баллов	24 балла
<i>Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)</i>	8 неделя		40 баллов
<i>Итого за семестр (дисциплину)</i>			100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.1. Evaluation system

Control form	Max. number of points	
	For one job	In total
Monitoring: - presentation of topics, abstract - participation in the discussion at the seminar - attending seminars	30 points 5 points 10 points	30 points 10 points 20 points
Intermediate qualification <i>(offset)</i>		40 points
Total for the 2nd semester <i>offset</i>		100 points

The total result obtained is converted into the traditional rating scale and into the rating scale of the European Credit Transfer System (hereinafter - ECTS) in accordance with Table:

100-point scale	Traditional scale	ECTS scale
95 – 100	excellent	A
83 – 94		B
68 – 82	good	set off
56 – 67	well	
50 – 55		E
20 – 49	unsatisfactorily	FX
0 – 19		not counted

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной,</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и, по существу, излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворите- льно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.2. Discipline Scoring Criteria

Scores/ECTS Scale	Discipline Grade	Criteria for assessing the results of training by discipline
100-83/ A,B	Excellent "counted (excellent) "/ "counted"	<p>Exposed to the student, if he has deeply and firmly mastered theoretical and practical material, can demonstrate this in classes and in the course of intermediate certification.</p> <p>The student exhaustively and logically harmoniously sets out the educational material, knows how to link theory with practice, copes with solving the problems of professional orientation of a high level of complexity, correctly justifies the decisions made.</p> <p>He is fluent in educational and professional literature.</p> <p>The discipline is assessed by the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>Competencies assigned to discipline are formed at the level - "high."</p>
82-68/ C	Good "counted (good) "/ "counted"	<p>He is presented to the student if he knows the theoretical and practical material, competently and, in essence, sets it out in the classes and in the course of intermediate certification, avoiding significant inaccuracies.</p> <p>The student correctly applies theoretical provisions in solving practical problems of professional orientation of different levels of complexity, possesses the skills and techniques necessary for this.</p> <p>It is quite well oriented in educational and professional literature.</p> <p>The discipline is assessed by the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>Competencies assigned to discipline are formed at the level - "good."</p>

67–50/ D,E	"satisfactory" / "counted (satisfactory)" / "counted"	<p>He is presented to the student if he knows theoretical and practical material at the basic level, makes individual mistakes in his presentation in classes and during intermediate certification.</p> <p>The student experiences certain difficulties in applying theoretical provisions in solving practical problems of professional orientation of a standard level of complexity, possesses the basic skills and techniques necessary for this.</p> <p>Demonstrates a sufficient level of knowledge of educational literature in the discipline.</p> <p>The discipline is assessed by the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>Competencies assigned to discipline are formed at the level - "sufficient."</p>
49–0/ F,FX	"unsatisfactory" / not counted	<p>Presented to the student if he does not know theoretical and practical material at the basic level, makes gross mistakes in his presentation in classes and during intermediate certification.</p> <p>The student experiences serious difficulties in applying theoretical provisions in solving practical problems of professional orientation of a standard level of complexity, does not have the skills and techniques necessary for this.</p> <p>Demonstrates fragmentary knowledge of discipline teaching literature.</p> <p>The discipline is assessed by the student taking into account the results of the current and intermediate certification.</p> <p>Competencies at the level of "sufficient," assigned to discipline, have not been formed.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

По итогам изучения каждой темы проводятся устные и письменные **блиц-опросы** в рамках контрольных вопросов по дисциплине.

5.3.1. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Диагностика коммуникационных рисков и их упреждение.
2. Кризис как возможность для изменения системы корпоративных коммуникаций.
3. Новые медиа – эффективный инструмент решения кризисных ситуаций.
4. Природа кризиса.

5. Коммуникации в кризисной ситуации – правило трех: предотвращение; подготовка; реагирование.
6. Антикризисное управление риском.
7. Распространенные причины поражений и рекомендации в послекризисный период.
8. Кейс WizzAir: нелетная погода или спланированная PR-атака?
9. Роль PR-функции и кризис – терминология.
10. Как минимизировать репутационные издержки в кризис.
11. Разработка оптимальной стратегии выхода из кризисной ситуации.
12. Разработка стратегии поддержания и оперативной коррекции имиджа.
13. Разработка стратегии восстановления положительного имиджа.
14. Разработка стратегии позиционирования.
15. Разработка коммуникационных планов и сценариев поведения в кризисной ситуации.
16. Антикризисный консалтинг.

5.3.2. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Вопросы к зачету:

1. Кризис: причины возникновения, характер, возможные последствия.
2. Типология кризисов.
3. Стадии развития кризисной ситуации.
4. Антикризисное управление и его место в жизненном цикле организации.
5. Функции антикризисного менеджмента.
6. Принципы управления кризисами. Антикризисная коммуникация и антикризисная программа.
7. Коммуникационные стратегии. Стратегии поведения в кризисной ситуации.
8. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций.
9. Соотношение конфликтных и антикризисных связей с общественностью.
10. Конфликтные связи с общественностью как частный случай кризисных связей с общественностью.
11. Конфликтные связи с общественностью как функция антикризисного менеджмента.
12. Антикризисный PR: принципы и технологии реагирования на кризисные ситуации.
13. Подготовка и реализация программы антикризисных коммуникаций как метод антикризисных PR.
14. Диагностика причин возникновения кризисной ситуации в организации.
15. Диагностика как условие создания антикризисной стратегии.

16. Разработка антикризисной стратегии организации. Виды стратегий.
17. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.
18. Пути преодоления внешних кризисов. Определение целевых средств коммуникации.
19. Управление информацией в кризисной ситуации. Формирование ключевых сообщений.
20. Команда коммуникаций: цели, функции, формирование коммуникационной стратегии.
21. Создание плана работы в условиях чрезвычайной ситуации. План по устранению последствий чрезвычайной ситуации.
22. Основные каналы получения и распространения информации.
23. СМИ как ключевая аудитория в условиях кризиса.
24. Особенности работы с потребителями в кризисной ситуации.
25. Особенности работы с персоналом в кризисной ситуации.
26. Типология кризисных ситуаций внутри организации.
27. Стратегии преодоления внутриорганизационных кризисов.
28. Технологии превентивного внутриорганизационного PR.
29. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий.
30. Стереотипизация восприятия информации в конфликте и кризисной ситуации.
31. Комплексные циклы действий в условиях кризиса.
32. Локальные приемы и механизмы действий в кризисной ситуации.
33. Понятие антикризисной профилактики.
34. Технологии предотвращения рискованных ситуаций.
35. Основные методы антикризисной PR-профилактики.
36. Причины репутационного кризиса. Кризисные репутационные стратегии.

Контрольный тест по темам: «Взаимодействие с различными группами общественности в период кризисной ситуации».

ВАРИАНТ 1.

1. Циркулирующая форма коммуникации, объединяющая людей в неоднозначных ситуациях для последующей их интерпретации - это
 - А. Миф
 - Б. Легенда
 - В. Кризис
 - Г. Слух**

2. Резкое ухудшение состояния страны, которое проявляется в значительном спаде производства и банкротстве предприятий -
 - А. Катастрофа
 - Б. Технологический кризис
 - В. Экономический кризис**
 - Г. Духовный кризис

3. Среда, в которой протекает взаимодействие между людьми и группами людей-

А. Коммуникативное пространство

Б. Игровое пространство

В. Сообщество

Г. Группа

4. Разрушенная система, порождающая конфликт -

А. Критическая ситуация

Б. Катастрофа

В. Взаимодействие

Г. Кризисная ситуация

5. Сообщение которое формирует культурный и социальный мир, задавая разрешенные/запрещенные типы символических действий-

А. Легенда

Б. Миф

В. Слух

Г. Кризис

6. Процесс применения форм, методов и процедур, направленных на социально-экономическое оздоровление финансово-хозяйственной деятельности предприятия-

А. Антикризисное управление

Б. Кризисное управление

В. Административное управление

Г. Хозяйственное управление

7. Наиболее открытый способ разрешения противоречий в интересах, целях и взглядах возникающих в процессе социального взаимодействия

А. Ссора

Б. Конфликт

В. Столкновение

Г. Кризис

8. Процесс который ставит под угрозу существование предприятия-

А. Кризис отношений

Б. Финансовый кризис

В. Кризис предприятия

Г. Экономический кризис

9. Устоявшееся отношение к происходящим событиям, действиям, поступкам и тд

А. Сплетни

Б. Сообщение

В. Стереотип

Г. Вера

10. Связи подчинения по всему кругу вопросов-отношения, в которых руководитель реализует свои властные полномочия и осуществляет прямое руководство подчиненными-

А. Линейное соподчинение

Б. Функционально соподчинение

В. Вертикальные связи

Г. Горизонтальные связи

5.3. Assessment tools (materials) for current monitoring of academic performance, intermediate certification of students in the discipline

Based on the results of the study of each topic, oral and written **blitz surveys** are conducted as part of discipline control questions.

5.3.1. APPROXIMATE TOPIC OF ABSTRACTS

1. Diagnosis of communication risks and their preemption.
2. Crisis as an opportunity to change the corporate communications system.
3. New media is an effective tool for solving crisis situations.
4. Nature of the crisis.
5. Communication in a crisis situation is the rule of three: prevention; preparation; response.
6. Anti-crisis risk management.
7. Common causes of lesions and recommendations in the post-crisis period.
8. WizzAir case: Non-flying weather or planned PR attack?
9. The role of the PR function and the crisis are terminology.
10. How to minimize reputational costs in a crisis.
11. Developing an optimal strategy for overcoming the crisis situation.
12. Develop a strategy to maintain and promptly correct the image.
13. Developing a strategy to restore a positive image.
14. Development of positioning strategy.
15. Develop communication plans and scenarios for crisis behavior.
16. Crisis consulting.

5.3.2. CONTROL QUESTIONS ON DISCIPLINE

Credit Questions:

1. Crisis: causes, nature, possible consequences.
2. Crisis typology.
3. Stages of development of the crisis situation.
4. Crisis management and its place in the life cycle of the organization.
5. Anti-crisis management functions.
6. Principles of crisis management. Anti-crisis communication and anti-crisis program.
7. Communication strategies. Strategies for crisis behavior.
8. Mechanisms for communication in crisis situations.
9. Ratio of conflict and anti-crisis public relations.
Conflict public
10. relations as a special case of crisis public relations.
Conflict public
11. relations as a function of crisis management.
12. Anti-crisis PR: principles and technologies for responding to crisis situations.
13. Preparation and implementation of the anti-crisis communications program as a method of anti-crisis PR.

14. Diagnosis of the causes of the crisis situation in the organization.
15. Diagnostics as a condition for creating an anti-crisis strategy.
16. Development of the organization's anti-crisis strategy. Types of strategies.
17. Working with target audiences in a crisis.
18. Ways to overcome external crises. Identification of targeted communication means.
19. Managing information in a crisis. Generation of key messages.
20. Communication team: goals, functions, development of communication strategy.
21. Creating a work plan in an emergency. Emergency Response Plan.
22. The main channels for obtaining and disseminating information.
23. Media as a key audience in a crisis.
24. Features of working with consumers in a crisis situation.
25. Features of working with personnel in a crisis situation.
26. A typology of crisis situations within an organization.
27. Strategies for overcoming internal organizational crises.
28. Technologies of preventive intra-organizational PR.
29. Conditions for creating effective messages for target audiences.
30. Stereotyping the perception of information in conflict and crisis.
31. Comprehensive cycles of action in a crisis.
32. Local techniques and mechanisms of action in a crisis situation.
33. The concept of anti-crisis prevention.
34. Risk prevention technologies.
35. The main methods of anti-crisis PR prevention.
36. Causes of the reputational crisis. Crisis reputational strategies.

Test by topics: "Interaction with various groups of the public during a period of crisis."

OPTION 1.

1. A circulating form of communication that brings people together in ambiguous situations for their subsequent interpretation is
 - A. Myth
 - B. Legend
 - B. Crisis
 - G. Rumor**

2. A sharp deterioration in the state of the country, which is manifested in a significant decline in production and bankruptcy of enterprises -
 - A. Catastrophe
 - B. Technological crisis
 - B. Economic crisis**
 - G. Spiritual crisis

3. Environment in which interaction between people and groups of people-
 - A. Communication space**
 - B. Game Space
 - V. Community
 - G. Group

4. Broken system causing conflict -
 - A. Critical situation
 - B. Catastrophe
 - B. Interaction
 - G. Crisis situation**

5. A message that forms the cultural and social world by specifying permitted/prohibited types of symbolic actions-

A. Legend

B. Myth

B. Rumor

G. Crisis

6. The process of applying forms, methods and procedures aimed at socio-economic improvement of financial and economic activities of the enterprise

A. Anti-crisis management

B. Crisis Management

B. Administration

D. Economic Management

7. The most open way to resolve contradictions in the interests, goals and views of the social interaction arising in the process

A. Quarrel

B. Conflict

B. Collision

G. Crisis

8. A process that jeopardizes the existence of an enterprise -

A. Relationship Crisis

B. Financial crisis

B. Enterprise Crisis

G. Economic crisis

9. Established attitude to events, actions, actions, etc.

A. Gossip

B. Message

B. Stereotype

G. Vera

10. Subordination relations on the whole range of issues-relations, in which the head exercises his authority and exercises direct leadership of subordinates

A. Linear concordance

B. Functionally Concomitant

B. Vertical links

D. Horizontal ties

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники:

Основные:

Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. I, II, III. – М.: «Инфра-М», 2007. – 496 с. -Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=122306>

Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

О средствах массовой информации. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 36 с.: 60x88 1/16. - (Федеральный закон). (e-book) ISBN 978-5-16-010008-1, 500 экз.

Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991г. № 2124-1.

Дополнительные:

Законодательство России о защите прав потребителей: Сборник нормативных актов. – Изд-е 5-е, перераб. и доп. / Международная конфедерация обществ потребителей. М.: Юридическая фирма «ЛЕГАТ», 2003. – 288 с.

Литература:

Основная:

Антикризисный менеджмент: Монография / Кукушкина В.В. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 328 с. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-010797-4 <http://znanium.com>

Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. - ISBN 978-5-7942-1002-6. <http://znanium.com>

Тавокин, Е. П. "Антикризисное управление". Иллюзия или реальность? [Электронный ресурс] : лекция / Е. П. Тавокин. - М.: Изд-во РАГС, 2010. - 28 с. - Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

Трансформация антикризисного управления в современных эконом. условиях: Моногр. / В.Н.Алферов, К.А.Березин и др. – Москва: Инфра-М., 2014. - <http://znanium.com>

Антикризисное управление как основа формирования механизма устойчивого развития бизнеса: Монография/Ряховская А.Н., Кован С.Е. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 169 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-011137-7 <http://znanium.com>

Дополнительная:

Антикризисное бизнес-регулирование: Монография / В.М.Распопов, Е.В.Арсенова и др.; Под ред. проф. А.Н. Ряховской; Финансовый университет при Правительстве РФ. - М.:Магистр:НИЦ Инфра-М, 2012. - 240 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0247-1 <http://znanium.com>

Антикризисная модель роста экономики России на основе обеспечения повышения производит. труда: Моногр. / В.И. Орехов, Т.Р. Орехова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 111 с.: 60x88 1/16 - (Научная мысль; Экономика). (о) ISBN 978-5-16-009552-3 <http://znanium.com>

Антикризисное регулирование и управление как механизм преодоления неплатежей в АПК региона: Монография / Кожевина О.В., Кундиус В.А. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 201 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-105895-4 <http://znanium.com>

Ларионова, И. В. Антикризисные механизмы поддержания финансовой устойчивости банковской системы России [Электронный ресурс] / И. В. Ларионова // Современные тенденции развития и антикризисного регулирования финансово-экономической системы / Б. Б. Рубцов, П. С. Селезнев. - М.: ИНФРА-М, 2015. - с. 88 - 108. - ISBN 978-5-16-009990-3. <http://znanium.com>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

www.sostav.ru - сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы. На нем представлены новости маркетинга и ведется содержательный словарь. Содержится большое количество аналитических, исследовательских материалов. Активно ведется форум. Его часто посещают члены Гильдии маркетологов.

www.admarket.ru - сайт Клуба журналистов, пишущих в центральной прессе о маркетинге и рекламе. Ежедневно представляются новости рекламного рынка, наиболее значимые с позиции членов клуба. Периодически проводятся и публикуются интервью специалистов рекламного рынка журналистам центральных СМИ. Также здесь можно найти ежемесячные рейтинги ста крупнейших российских рекламодателей (отдельно телевидение, радио и пресса, а также наружная реклама в Москве и России), рейтинги СМИ (данные маркетинговых агентств Gallup Media, Gallup AdFact, "ЭСПАР-Аналитик", "Комкон-Медиа", ROMIR Monitoring).

www.salespromotion.ru - сайт "Below The Line" Российской Ассоциации Стимулирования Сбыта. Интересна рубрика "Пресс-Клиппинг", в которой представлен обширный и подробный архив новостей, не чуждых маркетингу и рекламе. Есть неплохо посещаемый форум по тематике BTL, много адекватных материалов в рубриках "Теория", "Интервью".

www.productplacement.nm.ru – сайт, посвященный «связям» (в т.ч. порочащих) рекламистов и киношников. На сайте много фотографий и кадров из фильмов, весьма неплохая библиотека по теме. Есть форум.

www.outdoor.ru - сайт, посвященный наружной рекламе, можно обнаружить основных участников рынка в различных форматах рекламных щитов, обзоры периодики и каталог ссылок на материалы по наружной рекламе.

www.overture.com - поисковый англоязычный сайт содержит директории со ссылками по тематикам рекламы, брендинга, прямого маркетинга, маркетинга событий, Интернет-маркетинга, маркетинговых исследований, анализа и планирования, продвижения, пиара, телемаркетинга и др. Рекомендуется сразу выходить на страницу http://www.overture.com/d/search/?mkt=us&lang=en_US&did=1009&Keywords=Marketing%20Plans&did=1021

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины **необходимы:**

- демонстрационные приборы для лекций,
- мультимедийные средства для презентаций докладов и рефератов.

Требования к аудиториям:

- для проведения семинаров необходимы компьютерные классы,
- для лекций и семинаров в аудитории необходимы: оборудование для письма, оборудование для показа слайдов и персональные компьютеры.

Используемое программное обеспечение

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное

7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - зачёт проводятся в устной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - зачёт проводятся в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- зачёт проводится в устной форме или выполняется в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских/ практических занятий

Семинарское занятие № 1

Тема: « Кризис: определение, причины, последствия. Типы и виды кризисов»

Цель занятия: изучить типы и виды кризисов, выявить их причины и последствия.

Задачи занятия:

- познакомить, обучающихся с генезисом понятия «кризис»;
- рассмотреть возникновение и причины кризисных ситуаций;
- рассмотреть практическое применение антикризисного управления в деятельности организаций.

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Перечень ключевых вопросов для обсуждения в аудитории:

1. Кризис репутации и кризис доверия: определения, причины, последствия.
2. Типология кризисов и их классификация.
3. Организационный кризис.
4. Понятия кризиса и причины его возникновения.
5. Восстановление репутации и доверия после кризиса.
6. Распределение ролей в кризисе.
7. Социальные кризисы и их определения.
8. Предотвращение социальных кризисов.

Контрольные вопросы:

1. Как определить кризис репутации?
2. Назовите определение социальных кризисов
3. Какие факторы определяют организационный кризис?
4. Как можно восстановить репутация после кризиса?

*Литература:**Основная:*

Тавокин, Е. П. "Антикризисное управление". Иллюзия или реальность? [Электронный ресурс] : лекция / Е. П. Тавокин. - М.: Изд-во РАГС, 2010. - 28 с. - Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

Трансформация антикризисного управления в современных эконом. условиях: Моногр. / В.Н.Алферов, К.А.Березин и др. – Москва: Инфра-М., 2014. - <http://znanium.com>

Антикризисное управление как основа формирования механизма устойчивого развития бизнеса: Монография/Ряховская А.Н., Кован С.Е. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 169 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-011137-7 <http://znanium.com>

Дополнительная:

Антикризисное бизнес-регулирование: Монография / В.М.Распопов, Е.В.Арсенова и др.; Под ред. проф. А.Н. Ряховской; Финансовый университет при Правительстве РФ. - М.:Магистр:НИЦ Инфра-М, 2012. - 240 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0247-1 <http://znanium.com>

Семинарское занятие № 2

Тема: «Анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки»

Цель: познакомить обучающихся с современными способами и методиками анализа кризиса

Задачи занятия:

- рассмотреть внешние и внутренние признаки кризисной ситуации в организации;
- рассмотреть и проанализировать кризисные ситуации современной действительности.

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки.
2. Мониторинг средств массовой информации.
3. Анализ внутренних и внешних источников информации.
4. Методы диагностики в кризисной ситуации.
5. Анализ по методу SWOT. Анализ коммуникационных каналов. Кризисный мониторинг.

Контрольные вопросы:

1. Как проводить мониторинг средств массовой информации?

2. В чем заключаются методы диагностики в кризисной ситуации?
3. Что такое кризисный мониторинг?
4. Как проходит анализ внутренних и внешних источников информации?

Литература:

Основная:

Антикризисный менеджмент: Монография / Кукушкина В.В. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 328 с. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-010797-4 <http://znanium.com>

Тавокин, Е. П. "Антикризисное управление". Иллюзия или реальность? [Электронный ресурс] : лекция / Е. П. Тавокин. - М.: Изд-во РАГС, 2010. - 28 с. - Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

Трансформация антикризисного управления в современных эконом. условиях: Моногр. / В.Н.Алферов, К.А.Березин и др. – Москва: Инфра-М., 2014. - <http://znanium.com>

Антикризисное управление как основа формирования механизма устойчивого развития бизнеса: Монография/Ряховская А.Н., Кован С.Е. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 169 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-011137-7 <http://znanium.com>

Дополнительная:

Антикризисное бизнес-регулирование: Монография / В.М.Распопов, Е.В.Арсенова и др.; Под ред. проф. А.Н. Ряховской; Финансовый университет при Правительстве РФ. - М.:Магистр:НИЦ Инфра-М, 2012. - 240 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0247-1 <http://znanium.com>

Семинарское занятие № 3

Тема: «Кризисные коммуникации: понятие, содержание, принципы антикризисного реагирования»

Цель занятия: рассмотреть кризисные коммуникации, раскрыть их содержание

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

Кризисные коммуникации: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования.

2. Основные функции, задачи. Руководство по кризисным ситуациям (Crisis Manual), структура, ключевые понятия, правила формирования пакета антикризисной документации.

3. Факторы и условия, влияющие на эффективность кризисных коммуникаций

Контрольные вопросы:

1. В чем заключаются правила формирования пакета антикризисной документации?
2. Назовите факторы и условия, влияющие на эффективность кризисных коммуникаций?

3. Что включает в себя руководство по кризисным ситуациям?
4. В чем заключаются принципы антикризисного реагирования?

Литература:
Основная:

Антикризисный менеджмент: Монография / Кукушкина В.В. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 328 с. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-010797-4 <http://znanium.com>

Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. - ISBN 978-5-7942-1002-6. <http://znanium.com>

Тавокин, Е. П. "Антикризисное управление". Иллюзия или реальность? [Электронный ресурс] : лекция / Е. П. Тавокин. - М.: Изд-во РАГС, 2010. - 28 с. - Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

Трансформация антикризисного управления в современных эконом. условиях: Моногр. / В.Н.Алферов, К.А.Березин и др. – Москва: Инфра-М., 2014. - <http://znanium.com>

Антикризисное управление как основа формирования механизма устойчивого развития бизнеса: Монография/Ряховская А.Н., Кован С.Е. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 169 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-011137-7 <http://znanium.com>

Дополнительная:

Антикризисное бизнес-регулирование: Монография / В.М.Распопов, Е.В.Арсенова и др.; Под ред. проф. А.Н. Ряховской; Финансовый университет при Правительстве РФ. - М.:Магистр:НИЦ Инфра-М, 2012. - 240 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0247-1 <http://znanium.com>

Семинарское занятие № 4

Тема: «Основные формы, методы и инструменты коммуникации в кризисной ситуации»

Цель занятия: познакомить обучающихся с основными формами, методами и инструментами коммуникации

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Основные формы, методы и инструменты коммуникации в кризисной ситуации.
2. Влияние кризисной ситуации на репутацию компании.
3. Методы противодействия информационным атакам.

4. Принципы работы в ситуации кризиса, спровоцированного атаками конкурентов и методы защиты.

Контрольные вопросы:

1. Каковы принципы работы в ситуации кризиса, спровоцированного атаками конкурентов и методы защиты?
2. В чем состоят методы противодействия информационным атакам?
3. Назовите основные формы, коммуникации в кризисной ситуации?
4. Назовите методы и инструменты коммуникации в кризисной ситуации?

Литература:

Основная:

Антикризисный менеджмент: Монография / Кукушкина В.В. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 328 с. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-010797-4 <http://znanium.com>

Тавокин, Е. П. "Антикризисное управление". Иллюзия или реальность? [Электронный ресурс] : лекция / Е. П. Тавокин. - М.: Изд-во РАГС, 2010. - 28 с. - Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

Трансформация антикризисного управления в современных эконом. условиях: Моногр. / В.Н.Алферов, К.А.Березин и др. – Москва: Инфра-М., 2014. - <http://znanium.com>

Антикризисное управление как основа формирования механизма устойчивого развития бизнеса: Монография/Ряховская А.Н., Кован С.Е. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 169 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-011137-7 <http://znanium.com>

Дополнительная:

Антикризисное бизнес-регулирование: Монография / В.М.Распопов, Е.В.Арсенова и др.; Под ред. проф. А.Н. Ряховской; Финансовый университет при Правительстве РФ. - М.:Магистр:НИЦ Инфра-М, 2012. - 240 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0247-1 <http://znanium.com>

Семинарское занятие № 5

Тема 5. «Практика кризисных коммуникаций: планирование, реализация и оценка»

Цель занятия: познакомить обучающихся с планированием антикризисных коммуникаций в современной компании;

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Разработка антикризисной стратегии: структура, цели и задачи, основные компоненты, этапы.
2. Отличия антикризисных от стратегий по управлению репутацией.
3. Ключевые целевые аудитории и каналы коммуникации в кризисе.
4. Роль топ-менеджмента и менеджера по кризисным коммуникациям в системе управления кризисными ситуациями.
5. Принципы работы с персоналом и внутренние коммуникации в кризисе.

Контрольные вопросы:

1. Каковы принципы работы с персоналом и внутренние коммуникации в кризисе?
2. В чем заключается роль топ-менеджмента и менеджера по кризисным коммуникациям в системе управления кризисными ситуациями?
3. В чем заключаются отличия антикризисных от стратегий по управлению репутацией?

Литература:

Основная:

Антикризисный менеджмент: Монография / Кукушкина В.В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 328 с. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-010797-4 <http://znanium.com>

Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. - ISBN 978-5-7942-1002-6. <http://znanium.com>

Тавокин, Е. П. "Антикризисное управление". Иллюзия или реальность? [Электронный ресурс] : лекция / Е. П. Тавокин. - М.: Изд-во РАГС, 2010. - 28 с. - Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

Трансформация антикризисного управления в современных эконом. условиях: Моногр. / В.Н.Алферов, К.А.Березин и др. – Москва: Инфра-М., 2014. - <http://znanium.com>

Антикризисное управление как основа формирования механизма устойчивого развития бизнеса: Монография/Ряховская А.Н., Кован С.Е. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 169 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-011137-7 <http://znanium.com>

Дополнительная:

Антикризисная модель роста экономики России на основе обеспечения повышения производ. труда: Моногр. / В.И. Орехов, Т.Р. Орехова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 111 с.: 60x88 1/16 - (Научная мысль; Экономика). (o) ISBN 978-5-16-009552-3 <http://znanium.com>

Антикризисное регулирование и управление как механизм преодоления неплатежей в АПК региона: Монография / Кожевина О.В., Кундиус В.А. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 201 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-105895-4 <http://znanium.com>

Ларионова, И. В. Антикризисные механизмы поддержания финансовой устойчивости банковской системы России [Электронный ресурс] / И. В. Ларионова // Современные тенденции развития и антикризисного регулирования финансово-экономической системы / Б. Б. Рубцов, П. С. Селезнев. - М.: ИНФРА-М, 2015. - с. 88 - 108. - ISBN 978-5-16-009990-3. <http://znanium.com>

Семинарское занятие № 6

Тема: «Media Relations в кризисе: сущность и принципы работы»

Цель занятия: познакомить обучающихся с принципами взаимодействия со СМИ ;рассмотреть сущность взаимодействия со СМИ; рассмотреть признаки типов корпоративной культуры компании.

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации.
2. Контроль каналов коммуникации.
3. Принципы оперативности и открытости при реагировании.
- 4.Основные пресс-материалы для работы в кризисной ситуации: пресс-релиз, заявление, Q&A и др.
- 5.Наиболее эффективные инструменты Media Relations.
6. Сравнение зарубежной и российской практики работы со СМИ.

Контрольные вопросы:

1. Каковы принципы оперативности и открытости при реагировании?
2. Как осуществляется контроль каналов коммуникации?
3. Назовите основные пресс-материалы для работы в кризисной ситуации?
4. Назовите основные принципы написания заявления для СМИ
5. Как написать эффективный пресс-релиз?

Литература:

Основная:

Антикризисный менеджмент: Монография / Кукушкина В.В. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 328 с. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-010797-4 <http://znanium.com>

Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. - ISBN 978-5-7942-1002-6.

<http://znanium.com>

Тавокин, Е. П. "Антикризисное управление". Иллюзия или реальность? [Электронный ресурс] : лекция / Е. П. Тавокин. - М.: Изд-во РАГС, 2010. - 28 с. - Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

Дополнительная:

Антикризисное бизнес-регулирование: Монография / В.М.Распопов, Е.В.Арсенова и др.; Под ред. проф. А.Н. Ряховской; Финансовый университет при Правительстве РФ. - М.:Магистр:НИЦ Инфра-М, 2012. - 240 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0247-1 <http://znanium.com>

Семинарское занятие № 7

Тема: «Взаимодействие с Social Media в кризисной ситуации: сущность и принципы работы»

Цель занятия: рассмотреть основные этапы, сущность и принципы работы в кризисных ситуациях с Social Media;

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Роль информации в диагностике и управлении кризисами.
2. Сравнение принципов работы с журналистами и блогерами, определение наиболее релевантных и эффективных инструментов.
3. Лидеры общественного мнения и выстраивание системы взаимодействия с ними.

Контрольные вопросы:

- 1.Какую роль играет информация в диагностике и управлении кризисами?
2. В чем заключаются принципы работы с журналистами и блогерами?
3. Кто такие «лидеры общественного мнения» и как выстраивать эффективную систему взаимодействия с ними?

Литература:

Основная:

Антикризисный менеджмент: Монография / Кукушкина В.В. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 328 с. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-010797-4 <http://znanium.com>

Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. - ISBN 978-5-7942-1002-6.

<http://znanium.com>

Тавокин, Е. П. "Антикризисное управление". Иллюзия или реальность? [Электронный ресурс] : лекция / Е. П. Тавокин. - М.: Изд-во РАГС, 2010. - 28 с. - Режим доступа: <http://www.znaniium.com/>

Трансформация антикризисного управления в современных эконом. условиях: Моногр. / В.Н.Алферов, К.А.Березин и др. – Москва: Инфра-М., 2014. - <http://znaniium.com>

Антикризисное управление как основа формирования механизма устойчивого развития бизнеса: Монография/Ряховская А.Н., Кован С.Е. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 169 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-011137-7 <http://znaniium.com>

Дополнительная:

Антикризисное бизнес-регулирование: Монография / В.М.Распопов, Е.В.Арсенова и др.; Под ред. проф. А.Н. Ряховской; Финансовый университет при Правительстве РФ. - М.:Магистр:НИЦ Инфра-М, 2012. - 240 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0247-1 <http://znaniium.com>

Семинарское занятие № 8

Тема «Кризисные коммуникации в управлении репутацией компании»

Цель занятия: познакомить обучающихся с основными понятиями репутации компании.

Форма проведения – Собеседование. Творческая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Факторы, симптомы и причины кризисов в организации.
2. Особенности антикризисных коммуникаций в бизнесе (корпоративная идентичность, идеология, философия компании).
- 3.Формирование кризисной команды.
- 4.Оценка и прогнозирование развития кризиса.
- 5.Распространенные ошибки, которые делает компания в кризисной ситуации.
- 6.Методы защиты репутации.

Контрольные вопросы:

1. Назовите основные факторы, симптомы и причины кризисов в организации.
2. В чем заключаются особенности антикризисных коммуникаций в бизнесе?
- 3.В чем заключаются принципы формирования кризисной команды?
- 4.Как происходит оценка и прогнозирование развития кризиса?
- 5.Назовите распространенные ошибки, которые делает компания в кризисной ситуации.
- 6.Какие методы защиты репутации вы знаете?

Литература:

Основная:

Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. - ISBN 978-5-7942-1002-6.

<http://znanium.com>

Тавокин, Е. П. "Антикризисное управление". Иллюзия или реальность? [Электронный ресурс] : лекция / Е. П. Тавокин. - М.: Изд-во РАГС, 2010. - 28 с. - Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

Трансформация антикризисного управления в современных эконом. условиях: Моногр. / В.Н.Алферов, К.А.Березин и др. – Москва: Инфра-М., 2014. -

<http://znanium.com>

Антикризисное управление как основа формирования механизма устойчивого развития бизнеса: Монография/Ряховская А.Н., Кован С.Е. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 169 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-16-011137-7

<http://znanium.com>

Дополнительная:

Антикризисное бизнес-регулирование: Монография / В.М.Распопов, Е.В.Арсенова и др.; Под ред. проф. А.Н. Ряховской; Финансовый университет при Правительстве РФ. - М.:Магистр:НИЦ Инфра-М, 2012. - 240 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0247-1 <http://znanium.com>

Антикризисное регулирование и управление как механизм преодоления неплатежей в АПК региона: Монография / Кожевина О.В., Кундиус В.А. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 201 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-16-105895-4 <http://znanium.com>

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Научное сообщение на базе доклада или реферата является квалификационной работой студента и подводит итоги его теоретической и практической подготовки по изучаемой дисциплине. При подготовке научного доклада студент должен показать свои способности и возможности по решению реальных проблем, используя полученные в процессе обучения знания. Методические указания позволяют обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, качеству и оформлению письменных работ.

При выполнении письменных работ используются все знания, полученные студентами в ходе освоения дисциплины; закрепляются навыки оформления результатов учебно-исследовательской работы; выявляются умения четко формулировать и аргументировано обосновывать предложения и рекомендации по выбранной теме.

Выполнение работы предполагает консультационную помощь со стороны преподавателя. В ходе выполнения работы студент должен показать, в какой мере он овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, научился ставить научно-исследовательские проблемы, делать выводы и обобщать полученные результаты.

Подготовка письменной работы имеет целью:

- закрепление навыков научного исследования;
- овладение методикой исследования;
- углубление теоретических знаний в применении к конкретному исследованию;
- применение знаний при решении конкретных задач управленческой деятельности;
- выяснение подготовленности студента к самостоятельному решению проблем, связанных с предметом «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ».

Общие требования.

Для успешного и качественного выполнения письменной научной работы студенту необходимо:

- иметь знания по изучаемой дисциплине в объеме программы РГГУ;
- владеть методами научного исследования;
- уметь использовать современные средства вычислительной техники, в первую очередь персональные компьютеры как в процессе выполнения, так и в процессе оформления работы;
- свободно ориентироваться при подборе различных источников информации и уметь работать со специальной литературой;
- уметь логично, грамотно и научно обоснованно формулировать теоретические и практические рекомендации, результаты анализа;
- квалифицированно оформлять графический материал, иллюстрирующий содержание работы.

Являясь законченной самостоятельной научно-исследовательской разработкой студента, письменная работа должна отвечать основным требованиям:

1. Актуальность темы исследования.
2. Предметность, конкретность и обоснованность выводов о состоянии разработки поставленной проблемы.
3. Соответствие уровня разработки темы современному уровню научных разработок, методических положений и рекомендаций, отраженных в соответствующей литературе.

Предлагаемая студентам тематика работ является примерной и не исключает возможности выполнения работы по проблеме, предложенным студентом. При этом тема должна быть согласована с руководителем. При выборе темы необходимо учитывать, в какой мере разрабатываемые вопросы обеспечены исходными данными, литературными источниками, соответствуют индивидуальным способностям и интересам студента.

Требования к содержанию и структуре текста

Предлагаемая примерная тематика охватывает широкий круг вопросов. Поэтому структура каждой работы должна уточняться студентом с преподавателем, исходя из научных интересов студента, степени проработанности данной темы в литературе, наличия информации и т.п.

Однако каждая письменная научная работа должна иметь:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- главы и/или параграфы;
- заключение;
- список использованных источников и литературы.

9.3. Иные материалы

Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа является одним из видов учебных занятий. Цель самостоятельной работы – практическое усвоение студентами вопросов разработки стратегий поведения рыночных агентов на основе знания биологических основ экономического поведения индивидуальных и групповых потребителей.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Задачи самостоятельной работы студента:

- развитие навыков самостоятельной учебной работы;
- освоение содержания дисциплины;
- углубление содержания и осознание основных понятий дисциплины;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для эффективной подготовки к зачету с оценкой.

Виды внеаудиторной самостоятельной работы:

- самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины;
- подготовка к полевому исследованию, творческим типовым заданиям;
- выполнение домашних заданий по закреплению тем.

Для выполнения любого вида самостоятельной работы необходимо пройти следующие этапы:

- определение цели самостоятельной работы;
- конкретизация познавательной задачи;
- самооценка готовности к самостоятельной работе;
- выбор адекватного способа действия, ведущего к решению задачи;
- планирование работы (самостоятельной или с помощью преподавателя) над заданием;
- осуществление в процессе выполнения самостоятельной работы самоконтроля (промежуточного и конечного) результатов работы и корректировка выполнения работы;
- рефлексия;
- презентация работы.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Антикризисные коммуникации» является элективной дисциплиной части дисциплин учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, по направлению подготовки 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью» (направленность «Брендинг и деловая репутация») и предназначена для студентов очной, очно-заочной форм обучения магистратуры. Дисциплина реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью РГГУ кафедрой брендинга и визуальных коммуникаций.

Цель дисциплины: формирование у студентов целостного представления о современных коммуникационных технологиях, применяемых в российской и международной практике, изучение тенденций развития коммуникационного рынка и технологий кризисных коммуникаций, освоение эффективного инструментария для продвижения интересов политических, корпоративных и потребительских брендов в условиях коммуникационного кризиса, а также *формирование компетенций ПК-2.6; ПК-3.8, ПК-3.9*. Курс призван формировать систему взглядов на современную коммуникационную деятельность и перспективы ее развития.

Задачи:

1. вооружить будущих специалистов знаниями и практическими навыками работы современного специалиста по антикризисным коммуникациям;
2. уметь прогнозировать, оценивать кризисные явления, а также планировать антикризисные мероприятия;
3. анализ основных аспектов массовой коммуникации в современном информационном пространстве;
4. ознакомление с профессиональными и этическими требованиями к работе специалиста по коммуникациям в кризисе;
5. развитие навыков творческого мышления, умение прогнозировать развитие социальных и коммуникативных процессов, решения конкретных задач с помощью современных технологий антикризисных коммуникаций.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: зоны ответственности и функции подразделений при формировании антикризисных коммуникаций;

возможности развития структуры организации, зон ответственности и функций подразделений при формировании антикризисных коммуникаций;

особенности организации анализа стоимости брендов; методы и инструменты оценки стоимости брендов организации;

особенности организации анализа и улучшения бизнес-процессов организации в сфере управления брендами;

теоретические основы принятия управленческих решений при улучшении бизнес-процессов организации в сфере управления брендами.

Уметь: осуществлять практическую деятельность в области работы с внутренней целевой аудиторией организации при формировании антикризисных коммуникаций;

практически проводить оценку стоимости брендов организации;

осуществлять подбор корректирующих мероприятий для улучшения бизнес-процессов организации в сфере управления брендами;

оценивать эффективность улучшения бизнес-процессов организации в сфере управления брендами.

Владеть: навыками организации и проведения мероприятий при формировании антикризисных коммуникаций;

навыками организации анализа стоимости брендов;

способностями практического применения методов и инструментов оценки стоимости брендов организации;

навыками анализа и улучшения бизнес-процессов организации в сфере управления брендами;

способностью генерировать новые идеи, находить подходы к их реализации при улучшении бизнес-процессов организации в сфере управления брендами.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды аттестации: текущий контроль в форме устных опросов, письменных заданий, контрольной работы, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

The discipline "Anti-crisis communications" is an elective discipline of a part of the disciplines of the curriculum, formed by the participants in educational relations, in the direction of preparation 42.04.01. "Advertising and Public Relations" ("Branding and Business Reputation" focus) and is intended for full-time, part-time and part-time students of the master's program. The discipline is implemented at the Faculty of Advertising and Public Relations by the Department of Branding and Visual Communications.

Purpose of the discipline: formation of a holistic view of modern communication technologies used in Russian and international practice among students, studying trends in the development of the communication market and crisis communication technologies, mastering effective tools for promoting the interests of political, corporate and consumer brands in a communication crisis, as well as the formation of PC competencies -2.6; PC-3.8, PC-3.9. The course is designed to form a system of views on modern communication activities and prospects for its development.

Tasks:

1. to equip future specialists with the knowledge and practical skills of a modern specialist in anti-crisis communications;
2. be able to predict, evaluate crisis phenomena, as well as plan anti-crisis measures;
3. analysis of the main aspects of mass communication in the modern information space;
4. familiarization with the professional and ethical requirements for the work of a communications specialist in a crisis;
5. development of creative thinking skills, the ability to predict the development of social and communication processes, solving specific problems with the help of modern technologies of anti-crisis communications.

As a result of mastering the discipline, the student must:

To know: areas of responsibility and functions of departments in the formation of anti-crisis communications;

opportunities for developing the structure of the organization, areas of responsibility and functions of departments in the formation of anti-crisis communications;

features of the organization of analysis of the value of brands; methods and tools for assessing the value of an organization's brands;

features of the organization of analysis and improvement of the organization's business processes in the field of brand management;

theoretical foundations for making managerial decisions while improving the organization's business processes in the field of brand management.

To be able to: carry out practical activities in the field of work with the internal target audience of the organization in the formation of anti-crisis communications;

practical assessment of the value of the organization's brands;

carry out the selection of corrective measures to improve the organization's business processes in the field of brand management;

evaluate the effectiveness of improving the organization's business processes in the field of brand management.

To own: the skills of organizing and holding events in the formation of anti-crisis communications;

skills in organizing brand value analysis;

the ability to practically apply methods and tools for assessing the value of an organization's brands;

skills in analyzing and improving the organization's business processes in the field of brand management;

the ability to generate new ideas, find approaches to their implementation while improving the organization's business processes in the field of brand management.

The work program provides for the following types of certification: current control in the form of oral surveys, written assignments, tests, intermediate certification in the form of a test with an assessment.

The total labor intensity of mastering the discipline is 3 credit units.