

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Юридический факультет

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  
" 31 " 05 2022г.



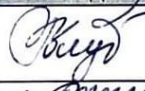
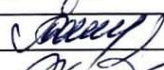

Рабочая программа дисциплины  
Кризисные коммуникации и кризисный PR

Направление подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника  
Бакалавр

Форма обучения  
очная

Саратов,  
2022

| Статус                         | ФИО            | Подпись  | Дата       |
|--------------------------------|----------------|--|------------|
| Преподаватель-разработчик      | О.Ю. Голуб     |  | 30.05.2022 |
| Председатель НМК               | Е.Н. Тогузаева |  | 30.05.2022 |
| Заведующий кафедрой            | О.Ю. Голуб     |  | 30.05.2022 |
| Специалист Учебного управления |                |  |            |

### **1. Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Кризисные коммуникации и кризисный PR» являются получить основополагающее представление о содержании кризисных коммуникаций, основных теоретических подходах к их исследованию, принципах наиболее оптимального использования теоретических концепций относительно планирования и реализации действий по ликвидации кризисной ситуации применительно к оперативной деятельности организации, а также раскрыть возможности рекламных и PR-технологий в преодолении кризисов. Задачи дисциплины: раскрыть особенности восприятия кризисных ситуаций, способы планирования и организации кризисных PR-кампаний; дать сравнительную оценку различным вариантам планов коммуникации в условиях кризисной ситуации; проанализировать влияние всех компонентов коммуникативного процесса на эффективность коммуникации; приобрести знания и практические навыки планирования и осуществления комплекса мероприятий в рамках кризисной коммуникации.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Дисциплина «Кризисные коммуникации и кризисный PR» (Б1.В.ДВ.07.01) относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, блока 1 «Дисциплины (Модули)» учебного плана ООП по направлению подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью", 8 семестр, 4 курс.

Данная дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин «Основы теории коммуникации», «Теория и практика связей с общественностью»; «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»; «Корпоративная этика и корпоративная культура»: «Теория и практика рекламы».

### **3. Результаты обучения по дисциплине**

| <b>Код и наименование компетенции</b> | <b>Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции</b> | <b>Результаты обучения</b> |
|---------------------------------------|---|----------------------------|
|---------------------------------------|---|----------------------------|

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p><b>ПК-1</b><br/>Способен принимать участие в проектировании (планирование, подготовка и проведение) коммуникационных кампаний и мероприятий</p> | <p><b>ПК-1.1</b> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью<br/> <b>ПК-1.2</b> Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью<br/> <b>ПК-1.3</b> Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> | <p><b>Знать:</b> содержание кризисных коммуникаций как процесса и структуры; основные научные концепции и теории кризисных коммуникаций; механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций.<br/> <b>Уметь:</b> осуществлять под контролем профессиональные функции в области реализации кризисных мероприятий в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; разрабатывать комплексный план профилактических мероприятий по антикризисной коммуникации.<br/> <b>Владеть:</b> стратегиями в области планирования и осуществления коммуникации в условиях кризисной ситуации; способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях и выработке нестандартных решений; осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за осуществлением кризисного плана; проводить мероприятия по поддержанию репутации и повышению имиджа организации; оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью</p> |
| <p><b>ПК-2</b></p>   | <p><b>ПК-2.1</b> Применяет</p>   | <p><b>Знать:</b> принципы и</p>  |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p>Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p> | <p>эффективные модели коммуникации с органами государственной власти<br/> <b>ПК-2.2</b><br/>         Разрабатывает комплексный план профилактических мероприятий по антикризисной коммуникации, решает поисковые и исследовательские задачи в современных сетевых информационных системах<br/> <b>ПК-2.3</b><br/>         Владеет технологиями GR и лоббистской деятельности; приёмами планирования и осуществления коммуникации в условиях кризисной ситуации; работы в глобальных и локальных сетях</p> | <p>технологии работы с целевыми аудиториями в условиях кризиса; принципы управления информацией в кризисной ситуации; условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий<br/> <b>Уметь:</b> организовать внешние и внутренние коммуникации в ситуации кризиса со СМИ, с потребителями, с персоналом; сформировать цели, функции, коммуникационную стратегию кризисной команды; определить целевые средств коммуникации.<br/> <b>Владеть:</b> навыками создания плана работы в условиях чрезвычайной ситуации; стратегиями преодоления внешних и внутриорганизационных кризисов; кризисными репутационными стратегиями</p> |
|---|---|---|

#### 4. Структура и содержание дисциплины «Кризисные коммуникации и кризисный PR»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

| № п/п              | Раздел дисциплины                | Семестр | Неделя семестра | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) |   |                    | <p>Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)</p> <p>Формы промежуточной аттестации (по семестрам)</p> |     |  |
|--------------------|----------------------------------|---------|-----------------|--|---|--------------------|--|-----|--|
|                    |                                  |         | лекции          |  | <p>Практические занятия</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="837 1720 951 1980">Общая трудоемкость</td> <td data-bbox="951 1720 1066 1980">Из них – практическая подготовка</td> </tr> </table> | Общая трудоемкость | Из них – практическая подготовка   | СРС |  |
| Общая трудоемкость | Из них – практическая подготовка |         |                 |  |   |                    |  |     |  |

|   |  |   |       |           |           |           |           |  |
|---|--|---|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|--|
| 1 | Тема 1. Кризис и антикризисный менеджмент  | 8 | 1-3   | 2         | 6         | 6         | 8         | Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания   |
| 2 | Тема 2. Управление кризисными коммуникациями                                       | 8 | 4-6   | 4         | 6         | 6         | 8         | Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания   |
| 3 | Тема 3. Антикризисный PR: принципы и технологии реагирования на кризисные ситуации | 8 | 7-9   | 4         | 6         | 6         | 8         | Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания, презентации                                |
|   | Тема 4. Антикризисные внешние коммуникации   | 8 | 10-12 | 2         | 6         | 6         | 10        | Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания   |
|   | Тема 5. Антикризисные внутренние коммуникации                                      | 8 | 13-15 | 2         | 6         | 6         | 10        | Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания, презентации                                |
|   | Тема 6. Репутационный кризис и его преодоление                                     | 8 | 16-18 | 4         | 6         | 6         | 10        | Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания, презентации, защита проектов, тестирование |
|   | <b>Промежуточная аттестация</b>  |   |       |           |           |           |           | <b>экзамен- 36</b>   |
|   | <b>Всего – 144ч.</b>   |   |       | <b>18</b> | <b>36</b> | <b>36</b> | <b>54</b> |  |

### Содержание дисциплины «Кризисные коммуникации и кризисный PR»

#### Тема 1. Кризис и антикризисный менеджмент

Предпосылки и причины возникновения кризиса. Классификация кризисов (С.Блэк, С.М. Катлип, А.Х. Сентер, Г.М. Брум, Д.Ньюсом, А.Скотт, Д. Турк). Особенности кризиса. Кризисные и рискованные коммуникации.

Этапы развития кризисной ситуации. Возможные последствия кризисов.

Функции антикризисного менеджмента.

#### Тема 2. Управление кризисными коммуникациями

Принципы управления кризисами. Антикризисная коммуникация и антикризисная программа. Коммуникационные стратегии. Стратегии поведения в кризисной ситуации. Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций.

### **Тема 3. Антикризисный PR: принципы и технологии реагирования на кризисные ситуации**

Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. Управление информацией в кризисной ситуации. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий. Стереотипизация восприятия информации в условиях кризиса и конфликта.

Практика разрешения кризисных ситуаций: (стратагемы). Конфликтные PR как вид антикризисных PR.

### **Тема 4. Антикризисные внешние коммуникации**

СМИ как ключевая аудитория в ситуации кризиса. Особенности взаимодействия с потребителями и с персоналом в кризисных ситуациях. Пути преодоления внешних кризисов.

Команда коммуникаций: цели, функции, формирование коммуникационной стратегии. Формирование ключевых сообщений. Определение целевых средств коммуникации. Создание плана работы в условиях чрезвычайной ситуации. План по устранению последствий чрезвычайной ситуации.

### **Тема 5. Антикризисные внутренние коммуникации**

Типология кризисных ситуаций внутри организации. Стратегии преодоления внутриорганизационных кризисов: стратегия вживания в коллектив, крейсерская стратегия, стратегия «Паровоз», точечная стратегия, стратегия прорыва, стратегия большого события, НОС (стратегия неортодоксальных решений), стратегия кулака.

### **Тема 6. Репутационный кризис и его преодоление**

Причины репутационного кризиса: односторонний имидж, несбалансированное положение компании, несогласованность факторов успеха, корпоративный брэндинг, корпоративная символика, отсутствие позиции. Кризисные репутационные стратегии.

### **5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. Предусмотрено проведение встреч с представителями органов государственного управления, бизнес-структур, PR-агентств.

Содержание учебной дисциплины формируется с учетом выделенных на изучение дисциплины часов. Учебная работа формируется из лекционных занятий, работы на практических занятиях, работы в малых группах, обсуждения прикладных проблем, выполнение специальных заданий в виде тестов, решения кейсов, анализа проблемных ситуаций. Сочетание различных видов учебной работы направлено на максимальное освоение учебного материала. Успешное освоение материала курса предполагает самостоятельную работу студента и руководство этой работой со стороны преподавателей.

Формы контроля: выполнение контрольных заданий и тестов, разбор практических кейсов, анализ характерных и особых кризисных ситуаций, реферирование статей периодической печати и их анализ, обсуждение актуальных проблем на творческих группах, эссе по проблемам изученных тем. Итоговый контроль – экзамен.

*При проведении занятий со студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья используются адаптированные для них*

образовательные технологии. Форма проведения занятий для студентов-инвалидов определяется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, и может включать в себя устные, письменные на бумаге, письменные на компьютере и иные виды образовательной активности.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 50% аудиторных занятий.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие формы организации педагогического процесса и контроля знаний:

- для слабовидящих:

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

для выполнения контрольных заданий при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

задания для выполнения, а также инструкция о порядке выполнения контрольных заданий оформляются увеличенным шрифтом (размер 16-20);

- для глухих и слабослышащих:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости студенту предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих все контрольные задания по желанию студентов могут проводиться в письменной форме.

Основной формой организации педагогического процесса является интегрированное обучение инвалидов, т.е. все студенты обучаются в смешанных группах, имеют возможность постоянно общаться со сверстниками, легче адаптируются в социуме.

## **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.**

### **Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.**

Рабочей программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 54 часа.

В условиях информационного общества специалисту в области PR и коммуникаций необходимо обладать навыками эффективного кризисного менеджера в силу того, что ни одна организация не имеет иммунитета к кризисам. Это обусловлено рядом объективных факторов разной природы. Новые технологии, вызванные интернетом, сделали процесс коммуникации проще и быстрее. Также новые коммуникативные технологии делают мир более прозрачным: организации больше не имеют изолированных кризисов в силу того, что сегодня любая даже самая отдаленная точка в мире легко доступна медиа и другим стейкхолдерам. Поэтому изучение кризисной коммуникации на различных уровнях, начиная от органов государственной власти и заканчивая конкретными бизнес-субъектами, приобретает особенное значение.

Другая сложность, с которой студенты могут столкнуться при самостоятельном освоении определенных вопросов и тем, обусловлена некоторой недостаточным количеством учебной литературы. Здесь студентам рекомендуется обращаться к публикациям в периодических изданиях, как информационно-публицистических, так и научных. Ознакомительная, практика по рекламе, учебная, производственная и преддипломная виды практик, проводимые в соответствующих структурах государственных органов, коммуникационных, рекламных и PR-агентствах призваны помочь студентам в ознакомлении с практическими аспектами кризисного реагирования и закреплении полученных теоретических знаний.

При изучении дисциплины следует особое внимание обращать на термины и определения. Они зачастую специфичны, несут в себе сложную смысловую нагрузку, от правильного их уяснения и использования зависит грамотное, квалифицированное

применение на практике методов, инструментов, технологий кризисного управления, разрешение споров и конфликтов.

Данный учебный курс предполагает достаточный объем самостоятельной работы студентов. Желательно аудиторские занятия посещать после самостоятельного ознакомления с основными и дополнительными источниками согласно рекомендуемому списку, в результате чего на лекционных и практических занятиях будет возможно уделять больше внимания уяснению особенностей, так называемых «тонкостей» рассматриваемых вопросов, обсуждению и анализу проблем, возникающих в области кризисного PR, что, несомненно, будет способствовать повышению качества подготовки студентов.

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний студентов по данной дисциплине и предусматривает изучение дополнительной литературы и выполнение заданий, представленных в фонде оценочных средств, а также подготовку к промежуточной аттестации по представленным вопросам. Фонд оценочных средств дисциплины включает в себя темы рефератов, тестовые задания, задачи, вопросы к промежуточной аттестации (приложение 1).

Под формами контроля подразумеваются рубежная аттестация в виде тестирования, написание творческих работ (рефератов). При этом итоговая аттестация проводится в период сессии, а творческая работа сдается в конце семестра. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

### 6.1. Виды самостоятельной работы

| Раздел / Тема дисциплины                         | Вид самостоятельной работы   | Литература   |
|--|--|--|
| Темы 1-6   | проработка конспектов лекций и вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение с помощью основной и дополнительной литературы | Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации [Текст]: Москва, Аспект Пресс, 2013. – 172 с. – ISBN: 978-5-7567-0716-8  |
|  | подготовка рефератов по определенной проблеме, теме, решение заданий и кейсов  | Гореликов К.А. Антикризисное управление [Текст]: ИТК Дашков и К, 2016, - 214 с. - ISBN:978-5-394-02431-3<br>Бердников И.П., Стрижова А.Ф. PR-коммуникации: Практическое пособие, 2-е изд. [Текст]ИТК Дашков и К., 2015. – 208 с. – ISBN:978-5-394-01545-8<br>Улмер Р., Селлнау Т., Сиджер М. Эффективная кризисная коммуникация. От кризиса к возможности [Текст]: Издательство Гуманитарный Центр. Харьков, 2011. – 268с. – ISBN: 978-966-8324-73-4 |
| <b>Итого часов на самостоятельную работу: 54</b> |  |  |

### 6.2. Вопросы для углубленного самостоятельного изучения

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.

### **6.3. Вопросы для промежуточной аттестации по результатам освоения дисциплины в форме экзамена – 8 семестр**

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.

### 6.3. Порядок выполнения самостоятельной работы

Самостоятельная подготовка к занятиям осуществляется регулярно по каждой теме дисциплины и определяется календарным графиком изучения дисциплины. Для успешной работы на занятии студент должен прочесть указанную преподавателем литературу, активно участвовать в дискуссии, уметь изложить основные идеи прочитанных источников и дать им аргументированную оценку. Именно устные выступления слушателей на семинарах являются главным критерием высокой итоговой оценки.

В процессе изучения дисциплины «Кризисные коммуникации и кризисный PR» используются следующие виды самостоятельной работы: письменные домашние задания, подготовка докладов, рефератов, выступлений на заданные темы, проектирование.

В рамках самостоятельной работы студент должен:

- исследовать дополнительную научную литературу по проблемам кризисных коммуникаций;
- разбирать конкретные кейсы;
- работать с учебником и учебно-методическим материалом, самостоятельно изучать отдельные разделы дисциплины.

## 7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

**Таблица 1.1 Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности**

| 1       | 2      | 3                    | 4                    | 5                      | 6                               | 7                                | 8                        | 9     |
|---------|--------|----------------------|----------------------|------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------|-------|
| Семестр | Лекции | Лабораторные занятия | Практические занятия | Самостоятельная работа | Автоматизированное тестирование | Другие виды учебной деятельности | Промежуточная аттестация | Итого |
| 8       | 10     | 0                    | 40                   | 20                     | 0                               | 0                                | 30                       | 100   |

### Программа оценивания учебной деятельности студента

#### Лекции

Посещаемость, опрос, активность и др. за один семестр – от 0 до 10 баллов.

#### Лабораторные занятия

Не предусмотрены.

#### Практические занятия

Контроль выполнения практических заданий (устные ответы, выступление с докладами, участие в дискуссии, выполнение практических заданий, участие в коллоквиумах) в течение одного семестра (от 0 до 40 баллов).

#### Самостоятельная работа

Подготовка рефератов, докладов, эссе (от 0 до 20 баллов).

#### Автоматизированное тестирование

Не предусмотрено.

#### Другие виды учебной деятельности

Не предусмотрены.

**Промежуточная аттестация – экзамен – от 0 до 30 баллов**

Представляет собой устные ответы на два вопроса из перечня контрольных вопросов к курсу по выбору преподавателя и решение задачи. При проведении промежуточной аттестации:

**21-30 баллов** – ответ на «отлично»

**11-20 баллов** – ответ на «хорошо»

**6-10 баллов** – ответ на «удовлетворительно»

**0-5 баллов** – неудовлетворительный ответ.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 8 семестр по дисциплине «Кризисные коммуникации и кризисный PR» составляет **100** баллов.

Таблица 2.2 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Кризисные коммуникации и кризисный PR» в оценку (экзамен):

|                  |                        |
|------------------|------------------------|
| 86-100 баллов    | «отлично»              |
| 71-85 баллов     | «хорошо»               |
| 60-70 баллов     | «удовлетворительно»    |
| меньше 60 баллов | «не удовлетворительно» |

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Кризисные коммуникации и кризисный PR»:

### а) Литература

Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации. Москва, Аспект Пресс, 2013. ISBN: 978-5-7567-0716-8 ЭБС ИНФРА-М.

Гореликов К.А. Антикризисное управление. ИТК Дашков и К., 2020, ISBN:978-5-394-02431-3 ЭБС ИНФРА-М

Бердников И.П., Стрижова А.Ф. PR-коммуникации: Практическое пособие, 2-е изд. ИТК Дашков и К., 2021. ISBN:978-5-394-01545-8 ЭБС IPRbooks.

Голуб О.Ю. Управление кризисными организационными коммуникациями: Серия: Социология. Политология//Известия Саратовского государственного университета.2011. Т. 11. № 4. С. 40-48.

Голуб О.Ю. Кризисные коммуникации: методология и методы управления //Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2012. № 2 (41). С. 142-145.

### б) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

<http://www.advertme.ru>

<http://www.advertology.ru>

<http://www.ci-journal.ru>

<http://www.sovetnik.ru>

### Лицензионное программное обеспечение

- ОС Windows
- пакет программ Microsoft Office

## 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Компьютерный класс, доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях), мультимедийное оборудование, информационные базы данных, оборудованные учебные классы.

В рамках занятий по дисциплине, проводимых в форме практической подготовки, основным местом их организации является учебно-научная лаборатория кафедры социальных коммуникаций «ЛИССА».

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Автор:

доктор социологических наук, профессор,  
заведующий кафедрой социальных коммуникаций

О.Ю. Голуб

Программа одобрена на заседании кафедры социальных коммуникаций от 30.05.2022 года, протокол №11.