

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

Юридический факультет

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
Комкова Г.Н.
" 31 " 05 2022г.



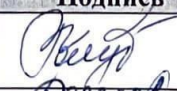
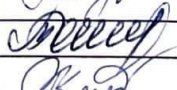

Рабочая программа дисциплины
Управление кризисными коммуникациями и репутацией

Направление подготовки бакалавриата
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очно-заочная

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 «Управление кризисными коммуникациями и репутацией» 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 «Управление кризисными коммуникациями и репутацией» 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" (Б1.В.ДВ.07.01), 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

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции | Результаты обучения |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------|

| | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ПК-1 Способен принимать участие в проектировании (планирование, подготовка и проведение) коммуникационных кампаний и мероприятий</p> | <p>ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-1.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> | <p>Знать: содержание кризисных коммуникаций как процесса и структуры; основные научные концепции и теории кризисных коммуникаций; механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций. Уметь: 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. Владеть: 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>ПК-2 Способен участвовать в</p> | <p>ПК-2.1 Применяет эффективные модели</p> | <p>Знать: принципы и технологии работы с</p> |

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

4. Структура и содержание дисциплины «Управление кризисными коммуникациями и репутацией»

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) | | | СРС | Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам) |
|-------|--------------------------------|---------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | лекции | Практические занятия | | | |
| | | | | | Общая трудоемкость | Из них – практическая подготовка | | |
| 1 | Тема 1. Кризис и антикризисный | 10 | 1-3 | 2 | 6 | 6 | 8 | Контрольные вопросы, рефераты, |

| | | | | | | | | |
|---|------------------------------------------------------------------------------------|----|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| | менеджмент | | | | | | | задачи, задания |
| 2 | Тема 2. Управление кризисными коммуникациями | 10 | 4-6 | 4 | 6 | 6 | 8 | Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания |
| 3 | Тема 3. Антикризисный PR: принципы и технологии реагирования на кризисные ситуации | 10 | 7-9 | 4 | 6 | 6 | 8 | Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания, презентации |
| 4 | Тема 4. Управление репутациями | 10 | 10-12 | 2 | 6 | 6 | 10 | Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания |
| 5 | Тема 5. Механизмы репутационного менеджмента | 10 | 13-15 | 2 | 6 | 6 | 10 | Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания, презентации |
| 6 | Тема 6. Репутационный кризис и его преодоление | 10 | 16-18 | 4 | 6 | 6 | 10 | Контрольные вопросы, рефераты, задачи, задания, презентации, защита проектов, тестирование |
| 8 | Всего - 108 | | | 18 | 18 | 18 | 72 | Экзамен 36 |

Содержание дисциплины «Управление кризисными коммуникациями и репутацией»

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: (стратегемы). Конфликтные PR как вид антикризисных PR.

Тема 4. Управление репутациями

Репутация как ресурс управления. Разработка репутационной политики организации. Определение репутационных характеристик и факторов, влияющих на процесс создания корпоративной репутации. Стратегия удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации: проблемы создания и развития. Корпоративная коммуникация и её роль в формировании репутации компании. Кризис репутационной политики организации: причины появления и возможности разрешения.

Антикризисная репутационная система управления: вопросы анализа ситуации и принятия антикризисных решений. Репутационная безопасность: технология разработки и реализации. Создание кризисной коммуникационной стратегии и её основные этапы: информационная реакция; беседа с журналистами; демонстрация сожаления.

Коммуникационные стратегии защиты благоприятной репутации.

Тема 5. Механизмы репутационного менеджмента

Стратегический анализ и репутационный менеджмент. Репутация как средство повышения доверия к субъекту коммуникации. Заинтересованность и увеличение доверия как ключевые механизмы репутационного менеджмента. Репутация как средство интенсификации коммуникации между субъектом репутации и общественностью. Альтернативные подходы к управлению корпоративными репутациями. Основные факторы, влияющие на выбор данных подходов. Основные этапы оценки корпоративного имиджа и репутации. Проблема изменения корпоративной репутации. Основные элементы стратегического менеджмента по изменению корпоративной репутации. Характеристика возможных моделей изменения корпоративной репутации. Программа корпоративного позиционирования: проблемы разработки и реализации. Основные задачи управления по изменению корпоративной репутации.

Тема 6. Репутационный кризис и его преодоление

Оценка имиджа и репутации, сложившихся у различных групп корпоративной аудитории (нормативных, функциональных, диффузных групп, групп потребителей). Выявление уже существующих репутационных преимуществ организации. Анализ уже реализованных в организации репутационных мероприятий и программ, оценка их эффективности.

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 72 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 аудиторные 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 написания творческих работ. 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.

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 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 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 |

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.

Контрольные вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины в форме экзамена

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 практическом 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 практических занятиях являются главным критерием высокой итоговой оценки.

В процессе изучения дисциплины «Управление кризисными коммуникациями и репутацией» 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 |
| 10 | 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

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 десятый семестр по дисциплине «Управление кризисными коммуникациями и репутацией» составляет 100 баллов.

Таблица 2.1 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Управление кризисными коммуникациями и репутацией» в оценку (зачет):

| | |
|-------------------|---------------------------------------------|
| 50 баллов и более | «зачтено» (при недифференцированной оценке) |
| меньше 50 баллов | «не зачтено» |

Таблица 2.2 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Управление кризисными коммуникациями и репутацией» в оценку (экзамен):

| | |
|------------------|------------------------|
| 86-100 баллов | «отлично» |
| 71-85 баллов | «хорошо» |
| 61-70 баллов | «удовлетворительно» |
| меньше 60 баллов | «не удовлетворительно» |

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Управление кризисными коммуникациями и репутацией»:

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,

О.Ю. Голуб

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