


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета

факультета культуры и искусства
от «15» мая 2023 г., протокол №14/258



Председатель  /Н.С. Сафронов/
Зав.кафедрой дизайна (подпись)
искусства интерьера факультета
культуры и искусства
Е.Л.Силантьева (по доверенности
№ 321/08 от 06.02.2023г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Планирование антикризисных коммуникаций
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	4

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: очно-заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2023 г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20 _____ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Гончарова Н.В.	СОРиК	к.с.н.

СОГЛАСОВАНО	
Заведующий выпускающей кафедрой	
( / А.К. Магомедов /	
Подпись	ФИО
«10» 05 2023 г.	

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСОВЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: формирование представления об антикризисных связях с общественностью, принципов, методов организации и проведения антикризисных PR-коммуникаций.

Задачи освоения дисциплины:

- формирование целостного представления о практике антикризисного PR и опыте использования PR в корпоративном антикризисном управлении;
 - изучение методов и технологий управления кризисами.
- изучение опыта антикризисного PR в практической деятельности российских и зарубежных организаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина «Планирование антикризисных коммуникаций» относится к вариативной части учебного плана бакалавров (дисциплины по выбору). Изучается в бсеместре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины «Основы теории и практики рекламы», «Основы теории и практики связей с общественностью», «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Работа с рекламными и PR-текстами», «Речевые коммуникации в рекламе и связях с общественностью», производственная практика.

Данную учебную дисциплину дополняет параллельное освоение следующей дисциплины: «Основы интегрированных коммуникаций», «Организация рекламных и PR-мероприятий, «Управление информацией (контентом) Интернет- ресурсов», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях» «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Социальные институты и процессы» «Внутрифирменные коммуникации», «Коммуникационный менеджмент», преддипломная практика, ГИА

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
--	--

ПК4 Способен организовывать и осуществлять работу по созданию и редактированию контента	<p>Знать: теоретические аспекты коммуникации и построения коммуникационных каналов, их достоинства и недостатки современные требования, предъявляемые к планированию, подготовке и проведению коммуникационных кампаний и мероприятий; Особенности работы с различными заинтересованными сторонами в антикризисном PR</p> <p>Уметь: распознавать кризисное состояние организации, выявлять новые возможности и разрабатывать планы коммуникационных кампаний,</p> <p>Владеть: навыками анализа проблемных ситуации при планировании антикризисных коммуникационных кампаний</p>
ПК1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>Знать: Сущность, виды и основные причины возникновения кризиса, теорию и практику отечественных и зарубежных антикризисных PR-коммуникаций, понятие, виды и принципы антикризисного PR. Его этапы, организационные аспекты антикризисных PR-коммуникаций</p> <p>Уметь: проводить антикризисные мероприятия, Составлять типовой план антикризисного PR, составлять пресс-релизы и прочие документы в антикризисных коммуникациях</p> <p>Владеть: планирования антикризисного PR, работы с имиджем организации и первого лица в период кризиса, проведения специальных мероприятий при взаимодействии со СМИ и общественностью</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

по видам учебной работы (в часах) 72 часа

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения Очно-заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		6	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	16	16		
Аудиторные занятия:	16	16		
Лекции	8	8		
семинарские и практические занятия	8	8		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	56	56		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические работы, эссе		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет	Зачет		
Всего часов по дисциплине	72	72		

* В случае необходимости использования в учебном процессе

частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа		
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы				
1	2	3	4	5	6	7		
Раздел 1. Кризисные коммуникации: сущность, причины, механизм, последствия								
Тема 1. Сущность, виды и причины возникновения кризиса	10	2	1			2	10	Опрос, выполнение практических заданий
Тема 2. Понятия и принципы антикризисного PR	12	2	1				10	Опрос, эссе
Раздел 2. Управление кризисными ситуациями в связях с общественностью								
Тема 3. Работа с целевыми аудиториями в антикризисном PR: потребители, партнеры, персонал организации	16	2	2			2	12	Опрос, выполнение практических заданий
Тема 4. Практика отношений в медиа-пространстве в антикризисном PR	16		2			2	12	Опрос, выполнение практических заданий
Тема 5. Технологии информационной работы в чрезвычайных ситуациях	18	2	2			2	12	Опрос Защита проекта
Итого	72	8	8			8	56	

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Раздел 1. Кризисные коммуникации: сущность, причины, механизм, последствия.

Тема 1. Сущность, виды и причины возникновения кризиса.

Понятие кризисных ситуаций. Основные характеристики кризиса. Классификации

кризисных ситуаций. Коммуникации в условиях конфликта. Коммуникации в условиях чрезвычайных ситуаций. Причины возникновения кризисов, последствия кризисов для организации. Стадий жизненного цикла кризиса.

Репутация как актив организации. Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия. Причины кризисов репутации. Роль СМИ в развитии кризисов репутации.

Тема 2. Понятия и принципы антикризисного PR

Понятия антикризисного PR. Задачи, функции антикризисного PR. Внутренний антикризисный PR. Внешний антикризисный PR. Принципы антикризисного PR. Антикризисная программа как стратегический план действий. Теория управления проблемами Говарда Чейса.

Этапы антикризисного PR: прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий антикризисного PR; упреждение, нейтрализация кризиса; послекризисные мероприятия. Содержание различных этапов антикризисного PR. Превентивные технологии формирования позитивного смыслового контекста в организации. Тестирование рисков.

Раздел 2. Управление кризисными ситуациями в связях с общественностью

Тема 3. Работа с целевыми аудиториями в антикризисном PR: потребители, партнеры, персонал организации.

Целевые аудитории во время кризиса. Каналы взаимодействия с целевыми аудиториями. Основные задачи при работе с потребителями в ситуации кризиса. Работа с жалобами населения в социальных сетях. Персонал организации: проблемы в кризисной ситуации. Технологии для налаживания оптимальной коммуникации с персоналом в кризисной ситуации. B2B коммуникации в условиях кризиса.

Тема 4. Практика отношений в медиа-пространстве в антикризисном PR

Кризисный план коммуникаций. Контроль за информацией в начальный период кризиса. Каналы распространения информации. Условия для коррекции негативной информации.

Характер ключевых сообщений. Работа со СМИ. Работа со спикером в кризисных ситуациях. Подготовка речи. Стратегия борьбы со слухами (Джон Уолтер). Информационные атаки в интернете и приемы их отражения. Работа в социальных сетях. Правовые основы взаимоотношений со СМИ. Формирование общественного мнения в послекризисный период.

Тема 5. Технологии информационной работы в чрезвычайных ситуациях.

Понятие ЧС. Основные задачи коммуникационной политики в ЧС. Основные задачи докризисных мероприятий. Технологии превентивной PR-кампании.

Типичные стадии действий компании при устранении кризиса в условиях ЧС. Система посткатастрофного реагирования. Восстановление репутации

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Кризисные коммуникации: сущность, причины, механизм, последствия.

Тема 1. Сущность, виды и причины возникновения кризиса (форма проведения – семинар, практическое занятие)

вопросы:

- Дайте определение понятию «кризис».
- Каковы основные характеристика кризиса
- Соотношение понятий кризис, конфликтная ситуация, чрезвычайная ситуация
- По каким основаниям классифицируют кризисы?
- Каковы общие причины возникновения кризисов?
- Какие стадии проходит кризис в своем развитии?
- Каковы возможные последствия кризиса для организации?

– Что такое «кризис репутации»? Каковы его механизмы развития, последствия.
Практическое задание: Некоторые специалисты считают, что кризис – это не только неизбежное зло. Его можно использовать для своей выгоды. Кто и как может использовать факт свиного гриппа на одной из территорий / обнаруженный факт брака пищевой продукции N/ коррупционный скандал для укрепления собственной репутации и финансового положения? Приведите свои примеры использования кризиса. Работа по подгруппам.

Вопросы для самостоятельного изучения

- понятие «кризис».
- основные характеристика кризиса
- Соотношение понятий кризис, конфликтная ситуация, чрезвычайная ситуация
- Типологии кризисов
- общие причины возникновения кризисов
- стадии развития кризиса
- последствия кризиса для организации
- понятие репутации. Кризис репутации

Практическое задание: заполните таблицу: тип (вид) кризисной ситуации – пример из российской или зарубежной практики. Работа сдается в письменном виде. Материалы используются в дальнейшем на семинарских занятиях.

Тема 2. Понятия и принципы антикризисного PR (форма проведения – семинар, практическое занятие)

Вопросы

- что понимается под термином «антикризисный PR»?
- Что такое «внутренний антикризисный PR», что такое «Внешний антикризисный PR»?
 - Основные принципы деятельности пресс-службы в условиях конфликта и чрезвычайных ситуаций.
- Что такое «проактивный» и «реактивный» антикризисный PR?
- Как понимал и какие этапы управления проблемами выделял Г.Чейс?
- Назовите этапы антикризисного PR, дайте характеристику
- Что понимается под превентивными технологиями формирования позитивного смыслового контекста в организации?

Практическое задание: Пробуйте определить наиболее вероятностные кризисные ситуации для следующих организаций: Детская больница, Министерство спорта, Университет, Сеть магазинов, Школа, Мебельная фабрика. Выработайте рекомендации, чтобы избежать этих кризисов, и минимизировать ущерб в случае его возникновения.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Понятия, определения и термины антикризисного PR.
- Внутренний антикризисный PR
- Внешний антикризисный PR
- Основные принципы деятельности пресс-службы в условиях конфликта и чрезвычайных ситуаций.
- Проактивный и реактивный антикризисный PR.
- Теория управления проблемами Г.Чейса.
- Этапы антикризисного PR, их характеристика
 - Содержание этапа прогнозирование антикризисного PR.
 - Сущность этапа планирование антикризисного PR.
 - Этап подготовка мероприятий антикризисного PR.
 - Этап антикризисного PR в условиях кризиса: упреждение и нейтрализация.
 - Программа послекризисных мероприятий.

- Превентивные технологии формирования позитивного смыслового контекста в организации

Задание: подготовьте эссе на тему: этические проблемы антикризисного PR

Раздел 2. Управление кризисными ситуациями в связях с общественностью

Тема 3. Работа с целевыми аудиториями в антикризисном PR: потребители, партнеры, персонал организации. (форма проведения - семинар, практическое занятие)

Вопросы

- Каковы каналы взаимодействия с целевыми аудиториями во время кризиса организации?
- Каковы основные задачи при работе с потребителями в ситуации кризиса?
- Какие проблемы испытывает персонал организации в кризисной ситуации?
- Какие существуют технологии для налаживания оптимальной коммуникации с персоналом в кризисной ситуации?
- Какие задачи стоят при организации B2B коммуникации в условиях кризиса?

Практическое занятие: анализ кейсов: кто является стекхолдерами для данной проблемной ситуации. Предложите Каналы взаимодействия с целевыми аудиториями в данной ситуации.

Практическое задание: Проанализируйте данную ситуацию с точки зрения антикризисного менеджмента. Какие ошибки допущены менеджерами? Какие дополнительные стимулы для персонала дает его информированность о состоянии дел в организации?

Практическое занятие: работа с недовольными клиентами

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Целевые аудитории во время кризиса организации.
- Каналы взаимодействия с целевыми аудиториями.
- Основные задачи при работе с потребителями в ситуации кризиса.
- Основные задачи при работе с партнерами в ситуации кризиса.
- Персонал организации: проблемы в кризисной ситуации.
- Технологии для налаживания оптимальной коммуникации с персоналом в кризисной ситуации.
- Работа с B2B коммуникациями в условиях кризиса.

Практическое задание: Письменная работа по кейсу: анализ целевых аудиторий, цели и каналы взаимодействия. Работа сдается в письменном виде.

- Практическое задание: составить письмо-ответ на жалобу потребителя на качество продукции вашего предприятия (товар по выбору)

Тема 4. Практика отношений в медиа-пространстве в антикризисном PR (форма проведения - семинар, практическое занятие)

Вопросы

- Информационная работа как форма управления в кризисных ситуациях.

Какие сведения обычно содержит антикризисная программа?

- Почему СМИ называют ключевой аудиторией взаимодействия в кризисной ситуации?
- Каковы возможные ситуации, с которыми сталкивается персонал и топ-менеджмент организации в кризисных условиях?
- Особенности взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации в условиях кризиса.
- Подготовка заявления для общественности. Инструктаж пресс-представителя.
- Участие в журналистских пулах, неформальных информационных мероприятиях (круглые столы, пресс-клубы) мозговые штурмы и т.п. Неофициальные контакты. Борьба со слухами. Слухи как канал передачи антикризисной информации.

Практическое задание:

Форма А

- Задание 1. Нейтрализация негативных публикаций в СМИ
Анализируется реальная публикация в СМИ в рамках избирательной кампании. Студентам предлагают прямо на семинаре организовать меры, направленные на ее нейтрализацию.
- Задание 2. работа с негативом и троллингом для разного типа государственных, коммерческих и некоммерческих организациях.

Вопросы для самостоятельного изучения

- Принципы и правила взаимоотношений со СМИ в антикризисном PR.
- Правовые основы взаимоотношений со СМИ в антикризисном PR. Опровержения. Реакция на клевету.
- Основные задачи при работе со СМИ в ситуации кризиса.
- Планирование и технологии работы пресс-службы в условиях конфликтов и кризисов.
- Особенности взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации в условиях кризиса.
 - Подготовка заявления для общественности. Инструктаж пресс-представителя.
 - Участие в журналистских пулах, неформальных информационных мероприятиях (круглые столы, пресс-клубы) мозговые штурмы и т.п. Неофициальные контакты.
- Борьба со слухами. Слухи как канал передачи антикризисной информации.
- Основные задачи при работе с органами власти в ситуации кризиса.

Практическое задание. Разработать шаблоны информационных материалов для распространения в кризисной ситуации: медицинская клиника (по выбору)/предприятие пищевой промышленности (по выбору)/районная администрация/муниципалитет (по выбору)/депутат ЗС/региональное промышленное предприятие (по выбору)

1. Перечень фактов об организации, необходимых для удовлетворения запросов СМИ.
2. Образцы пресс-релизов по каждому из обозначенных в домашнем задании кризисов.
3. Список «трудных» вопросов и ответов на них для каждой кризисной ситуации.

Тема 5. Технологии информационной работы в чрезвычайных ситуациях (форма проведения – семинар, деловая игра)

Вопросы:

- Что такое «чрезвычайная ситуация». В чем ее особенности для целей антикризисного реагирования?
- Перечислите основные задачи коммуникационной политики в ЧС.
- Каковы цель докризисных мероприятий?
- Перечислите технологии превентивной PR-кампании.
- Перечислите последовательность действий организации при устранении кризиса в условиях ЧС.
- Что включает система действий посткатастрофного реагирования?
- В чем сложность и каковы задачи восстановления репутации после ЧС? Какие инструменты применяются на этом этапе?

Деловая игра: В СМИ просочилась информация об анализах загрязнении окружающей среды вокруг территории завода.

Цель: Изучение ситуации и выработка концепции антикризисного реагирования на эту информацию. Структура действий: Постановка целей (по субъектам), создание информационно-аналитического блока, разработка аргументации, определение необходимого технического обеспечения реализации мероприятий. Направления работы со СМИ, с населением, с лидерами общественного мнения и пр. Создание базовых коммуникационных пакетов.

Работа выполняется в группах по 4-5 человек.

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Понятие ЧС.
- Основные задачи коммуникационной политики в ЧС.
- Основные задачи докризисных мероприятий.
- Технологии превентивной PR-кампании.
- Стадии действий организации при устранении кризиса в условиях ЧС.
- Система посткатастрофного реагирования.
- Восстановление репутации после ЧС

- Подготовка итоговой практической работы:

Выполнение практической работы является заключительным этапом изучения курса. Ее цель - содействовать практическому применению теоретических навыков, усвоенных в ходе лекционных и семинарских занятий, выработать необходимые навыки и профессиональные умения. Практическая работа по курсу представляет собой законченную самостоятельную разработку, в которой решаются конкретные практические задачи.

Тема: Составить антикризисную программу PR-субъекта (по выбору).

Варианты: медицинская клиника (по выбору)/образовательная организация (по выбору)/предприятие пищевой промышленности (по выбору)/районная администрация/муниципалитет (по выбору)/депутат ЗС/региональное промышленное предприятие (по выбору)

Последовательность выполнения задания. В работе должны быть отражены следующие структурные элементы:

1. Обзор ситуации:

- Специфика деятельности предприятия/организации/субъекта, его положение на рынке, конкурентов, сильные и слабые стороны деятельности (SWOT-анализ). Составить краткую характеристику.
- Информация о потенциальных и реальных угрозах кризиса открытых источников; случались ли кризисные ситуации прежде, как выходило из них предприятие/организация/субъект.
- Понятие «кризис» применительно к деятельности данного предприятия/организации/субъекта. Перечислить возможные кризисные ситуации для данного субъекта

2. Цель программы, ее задачи. Обосновать стратегию действий для данного предприятия в кризисной ситуации и цели антикризисных коммуникаций.

3. Обзор целевых аудиторий (СМИ, партнеры, властные структуры, население и т.д.), определить круг лиц, отвечающих на предприятии за выполнение стратегического плана по каждому из возможных кризисов.

Далее выбирается одна из кризисных ситуаций и по ней разрабатываются следующие пункты программы:

- 4. Формулировка стратегии и тактики в области работы со СМИ, разработка коммуникационных инструментов, их обоснование.
- 5. Детальный план действий и инструкции персоналу на случай кризиса.
- 6. Схема распространения информации в кризисной ситуации, коммуникационный план.


Требования к работе: практическая значимость, комплексный системный подход к раскрытию темы, наличие элементов творчества. Работа оформляется в письменном виде. Текст работы должен содержать ответы на все вышеперечисленные вопросы. Готовится презентация. В ходе защиты проекта студент должен кратко изложить основные положения и выводы своей работы.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрено по учебному плану.

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено по учебному плану.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

№	Формулировка вопроса
1.	Понятие кризисной ситуации. Основные характеристики кризиса.
2.	Классификации кризисных ситуаций.
3.	Коммуникации в условиях конфликта. Коммуникации в условиях чрезвычайных ситуаций.
4.	Причины возникновения кризисов, последствия кризисов для организации.
5.	Стадий жизненного цикла кризиса.
6.	Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия. Причины кризисов репутации..
7.	Понятия антикризисного PR. Задачи, функции антикризисного PR. Внутренний антикризисный PR. Внешний антикризисный PR.
8.	Принципы антикризисного PR.
9.	Антикризисная программа как стратегический план действий.
10.	Направления работы пресс-службы в условиях кризиса: Подготовка заявлений для общественности Участие в журналистских пулах, неформальных информационных мероприятиях (круглые столы, пресс-клубы) мозговые штурмы и т.п. Неофициальные контакты.
11.	Этапы антикризисного PR
12.	Целевые аудитории во время кризиса. Каналы взаимодействия с целевыми аудиториями.
13.	Основные задачи при работе с потребителями в ситуации кризиса.
14.	Работа с внутренней аудиторией в условиях кризиса.
15.	B2B коммуникации в условиях кризиса.
16.	Контроль за информацией в начальный период кризиса.
17.	Каналы распространения информации.
18.	Условия для коррекции негативной информации.
19.	Работа со СМИ в условиях кризиса Характер ключевых сообщений.
20.	Работа со спикером в кризисных ситуациях.
21.	Основные задачи при работе с органами власти в ситуации кризиса.
22.	Работа со слухами
23.	Информационные атаки в интернете и приемы их отражения.
24.	Работа в социальных сетях.
25.	Правовые основы взаимоотношений со СМИ.
26.	Формирование общественного мнения в послекризисный период.
27.	Понятие ЧС. Основные задачи коммуникационной политики в ЧС.
28.	Технологии превентивной PR-кампании в чрезвычайной ситуации.
29.	стадии действий организации при устранении кризиса в условиях ЧС.
30.	Система посткатастрофного реагирования. Восстановление репутации


10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Общие положения

Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- подготовка докладов;
- участие в работе семинаров;
- подготовка к зачету и пр.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Сущность, виды и причины возникновения кризиса	Подготовка к семинарскому занятию Выполнение практических заданий	10	Устный опрос, проверка задания
Тема 2. Понятия и принципы антикризисного PR	Подготовка к семинарскому занятию Написание эссе	10	Устный опрос, эссе
Тема 3. Работа с целевыми аудиториями в антикризисном PR: потребители, партнеры, персонал организации	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	12	Устный опрос, проверка задания,
Тема 4. Практика отношений в медиа-пространстве в антикризисном PR	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	12	Устный опрос, проверка заданий
Тема 5. Технологии информационной работы в чрезвычайных ситуациях	Подготовка к семинарскому занятию, Подготовка итогового проекта	12	Устный опрос, Защита проекта

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

а) основная литература:

1. Сайкин, Е. А. Антикризисный PR : учебное пособие / Сайкин Е. А. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2015. - 44 с. - ISBN 978-5-7782-2681-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778226814.html>
2. Файншмидт, Е. А. Антикризисный PR : учебное пособие / Е. А. Файншмидт, Т. В. Юрьева, Б. В. Кузнецов. — Москва : Евразийский открытый институт, 2010. — 118 с. — ISBN 978-5-374-00367-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/10609.html>
3. Зуб, А. Т. Антикризисное управление организацией : учебное пособие / А.Т. Зуб, Е.М. Панина. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 256 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0327-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832368>

б) дополнительная литература:

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510610>
2. Грачев, А. С. PR-служба компании [Электронный ресурс] : практическое пособие / А. С. Грачев, С. А. Грачева, Е. Г. Спирина. — 3-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 159 с. — 978-5-394-03568-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/87616.html>
3. Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR. Методические материалы и кейсы : практикум / А. Г. Милюкова. — Саратов : Вузовское образование, 2020. — 127 с. — ISBN 978-5-4487-0723-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/96768.html>
4. Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник / А.А. Марков. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/2518. - ISBN 978-5-16-006212-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819448>
5. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516258>

в) Учебно-методическая литература

1. Гончарова Н.В. Планирование антикризисных коммуникаций : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 370 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8156>


Согласовано:

Главный библиотекарь
Должность сотрудника научной библиотеки

Шевякова И.Н.
ФИО

Подпись

Дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс
Система «Антиплагиат.ВУЗ»
Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»
ОС Microsoft Windows
Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikov) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦГО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Инженер ведущих / Щуренко Ю.В. /  / 19.05.2023
Должность-подпись-УНП / (ИИ) / (ИИ) / (ИИ)

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик



Доцент Гончарова Н.В.