Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.31 Связи с общественностью в кризисных ситуациях»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Реклама и связи с общественностью в информационном обществе
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Год набора 2023

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.Б.31 Связи с общественностью в кризисных ситуациях*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры

протокол № 8 от "16" февраля 2023 г.

Заведующий кафедрой рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры *подпись* Т.Ю. Димитрова *расшифровка подписи*

Исполнители:

доцент *должность* *подпись* Т.Ю. Димитрова *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью *код наименование* *личная подпись* Ю.В. Кудашова *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
личная подпись Н.Н. Бигалиева *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
личная подпись Е.Ф. Томина *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Димитрова Т.Ю., 2023
© ОГУ, 2023

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – овладеть навыками осуществления антикризисных коммуникаций, учитывать эффекты и последствия профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Задачи освоения дисциплины**:**

– знать принципы социальной ответственности, эффекты и последствия профессиональной деятельности;

– уметь осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.23 Основы связей с общественностью, Б1.Д.В.2 Мастер-класс - Реклама и связи с общественностью в бизнесе*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.В.3 Реклама и связи с общественностью в политике, Б1.Д.В.8 Мастер-класс - Международные рекламные и PR-агентства, Б1.Д.В.Э.4.1 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях, Б1.Д.В.Э.4.2 Мастер-класс - Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных и муниципальных структур*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7-В-1 ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности, эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7-В-2 ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	**Знать:** принципы социальной ответственности, эффекты и последствия профессиональной деятельности **Уметь:** осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом **Владеть:** навыками осуществления антикризисных коммуникаций

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	7 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**180**	**180**
Контактная работа:	**22,5**	**22,5**
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия (ПЗ)	12	12
Консультации	1	1
Индивидуальная работа и инновационные формы учебных занятий	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: *- выполнение курсовой работы (КР);* *- контрольные работы;* *- подготовка к практическим занятиям, выполнение домашних заданий*	**157,5** +	**157,5**
Вид итогового контроля	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Причины возникновения кризисов и их роль в социально-экономическом развитии, типологии кризисов	21	-	1		20
2	Тенденции циклического развития организаций, опасности и вероятности кризисов в тенденциях циклического развития организации	21	-	1		20
3	Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия	19	2	2		15
4	Связи с общественностью как функция антикризисного управления	17	-	2		15
5	Информационно-коммуникативное обеспечение чрезвычайных ситуаций	24	2	2		20
6	Кризис как конфликт интересов. Связи с общественностью в управлении конфликтной ситуацией.	23	2	1		20
7	Правила и принципы антикризисных связей с общественностью	23	2	1		20
8	Модель построения имиджа антикризисного менеджера	16	-	1		15
9	Связи с общественностью в реализации инвестиционной политики в антикризисном управлении	16	-	1		15
	Итого:	180	8	12		160
	Всего:	180	8	12		160

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел № 1 Причины возникновения кризисов и их роль в социально-экономическом развитии, типология кризисов

Понятие кризиса в социально- экономическом развитии и причины его возникновения. Признаки кризиса: распознавание и преодоление. Типология кризисов. Виды экономических кризисов и их динамика. Фазы цикла и их проявление. Причины и последствия кризисов.

Раздел № 2 Тенденции циклического развития организаций, опасности и вероятности кризисов в тенденциях циклического развития организации

Тенденции циклического развития организации. Общие и специфические, внешние и внутренние факторы рискованного развития организации. Опасность и вероятность кризисов в тенденциях циклического развития организации.

Раздел № 3 Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия

Деловая репутация как отношение к организации персонала и внешнего окружения. Репутация как показатель уважения и доверия, готовности к сотрудничеству, приемлемости ее стратегии, понимание цели и миссии, стиля и намерений ее деятельности. Формирование деловой репутации и ее оценка контактными группами. Содержание понятия «деловая репутация». Признание. Понимание. Престиж. Имидж (бренд). Внешняя оценка. Конкурентные преимущества. Доверие. Виды деловой репутации: внутренняя и внешняя. Деловая репутация как результат управления и средство его совершенствования.

Раздел № 4 Связи с общественностью как функция антикризисного управления

Управляемые и неуправляемые процессы антикризисного развития. Возможность, необходимость и проблематика связей с общественностью в антикризисном управлении. Признаки и особенности связей с общественностью в антикризисном управлении. Особенности связей с общественностью в кризисных ситуациях Понятия и принципы связей с общественностью в кризисных ситуациях. Правила поведения в кризисной ситуации и исключения из них. Практика организации взаимодействия со СМИ в кризисных ситуациях. Разработка механизма связей с общественностью в кризисных ситуациях. Принципы и методы организации связей с общественностью в кризисных ситуациях. Разработка механизма связей с общественностью в кризисных ситуациях.

Раздел № 5 Информационно-коммуникативное обеспечение чрезвычайных ситуаций

Чрезвычайные ситуации, факторы их возникновения. Кризис как чрезвычайное происшествие и подготовка к нему. Работа с целевыми аудиториями в условиях ЧП. Кризис как сигнал к изменению тактики PR-обеспечения бизнеса. Версия — ключевой момент в нейтрализации последствий ЧП. Психологические особенности восприятия информации в кризисных условиях

Законодательство о банкротстве и других нормативные правовые акты. Цели и задачи антикризисного PR в арбитражном управлении. Информационно-коммуникативная деятельность структур по связям с общественностью в реализации планов арбитражного управления. Методы антикризисного PR арбитражном управлении. Разработка Программы антикризисного PR. Налаживание конструктивных отношений со СМИ и работа со СМИ в рамках антикризисных связей с общественностью. Показатели эффективности PR-деятельности в процедурах банкротства.

Раздел № 6 Кризис как конфликт интересов. Связи с общественностью в управлении конфликтной ситуацией

Конфликт и «тлеющий» кризис — повседневная реальность. Комплексные циклы действий в конфликтной ситуации. Локальные приемы и механизмы управления конфликтами.

Конфликты в развитии организации. Причины и последствия конфликтов. Антикризисное управление конфликтами и технологии связей с общественностью. Система антикризисного управления персоналом. Внутрикорпоративные связи с общественностью в антикризисном управлении персоналом. PR сопровождение деятельности профсоюзных организаций.

Раздел № 7 Правила и принципы антикризисных связей с общественностью

Планирование антикризисных коммуникаций. Стратегии связей с общественностью в антикризисном управлении. Разработка стратегии связей с общественностью в антикризисном управлении организацией. Реализация выбранной стратегии связей с общественностью в антикризисном управлении организацией

Раздел № 8 Модель построения имиджа антикризисного менеджера

Личность и роль менеджера в антикризисном управлении. Назначение и область деятельности менеджера в антикризисном управлении. Модель менеджера антикризисного управления. Ролевая структура деятельности менеджера в антикризисном управлении. Имидж антикризисного менеджера. Имиджевые характеристики. Стратегия позиционирования имиджа антикризисного менеджера. Технологии позиционирования имиджа.

Раздел № 9 Связи с общественностью в реализации инвестиционной политики в антикризисном управлении

Характеристика состояния инвестиционного процесса как база для принятия инвестиционных решений в антикризисном управлении. Источники финансирования инвестиций в условиях ограниченных финансовых ресурсов. PR в реализации инвестиционных проектов. Инвесторы как целевая аудитория связей с общественностью. Инвестиционные форумы: особенности презентации инвестиционных проектов. Имиджевые технологии в реализации инвестиционных проектов.

Антикризисные связи с общественностью в практике отечественного бизнеса.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Причины возникновения кризисов и их роль в социально-экономическом развитии, типологии кризисов	1
1	2	Тенденции циклического развития организаций, опасности и вероятности кризисов в тенденциях циклического развития организации	1
2	3	Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия	2
3	4	Связи с общественностью как функция антикризисного управления	2
4	5	Информационно-коммуникативное обеспечение чрезвычайных ситуаций	2
5	6	Кризис как конфликт интересов. Связи с общественностью в управлении конфликтной ситуацией.	1
5	7	Правила и принципы антикризисных связей с общественностью	1
6	8	Модель построения имиджа антикризисного менеджера	1
6	9	Связи с общественностью в реализации инвестиционной политики в антикризисном управлении	1
		Итого	12

4.4 Курсовая работа (7 семестр)

Темы курсовых работ (примерные):

1. Разработка стратегии антикризисных связей с общественностью в производственной сфере
2. Интернет технологии в реализации стратегии антикризисных связей с общественностью

3. Антикризисные связи с общественностью в деятельности общественных организаций
4. Связи с общественностью в кризисных ситуациях на примере спортивной сферы
5. Разработка стратегии антикризисных связей с общественностью органов муниципальной власти
6. Разработка стратегии антикризисных связей с общественностью в коммерческой сфере
7. Связи с общественностью в кризисной ситуации учреждений социальной сферы
8. Антикризисный PR в коммерческой сфере
9. Антикризисный PR в некоммерческой сфере
10. Технологии работы в социальных сетях в антикризисных связях с общественностью
11. Связи с общественностью в кризисной ситуации на примере сферы туризма
12. Антикризисные связи с общественностью в политической сфере
13. Связи с общественностью в кризисной ситуации
14. Информационная политика региона в условиях кризиса
15. Антикризисная стратегия позиционирования органов судебной власти
16. Антикризисная стратегия позиционирования органов законодательной власти
17. Антикризисная стратегия позиционирования органов исполнительной власти
18. Разработка стратегии антикризисных связей с общественностью учреждений сферы образования
19. Связи с общественностью в кризисных ситуациях на примере нефтяной промышленности
20. Связи с общественностью в кризисных ситуациях на примере газодобывающей отрасли
21. Антикризисное позиционирование региональных брендов
22. Стратегия антикризисного позиционирования органов государственной власти
23. Связи с общественностью в кризисных ситуациях в сфере культуры
24. Связи с общественностью в кризисных ситуациях в рекламном бизнесе
25. Связи с общественностью в кризисных ситуациях в сфере торговли
26. Связи с общественностью в кризисных ситуациях на примере деятельности региональных СМИ
27. Управление репутацией организации
28. Разработка медиасопровождения антикризисных программ
29. Технологии работы в социальных сетях в реализации антикризисных программ позиционирования
30. Рекламные технологии антикризисного позиционирования.
31. Социальные проекты в антикризисном позиционировании предприятий
32. Социальная реклама как технология антикризисного управления
33. Имиджевые стратегии в условиях кризиса
34. Антикризисное PR- сопровождение инвестиционных проектов
35. Антикризисное PR-сопровождение организации специальных мероприятий

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

Демчук, О. Н. Антикризисное управление : учебное пособие : [16+] / О. Н. Демчук, Т. А. Ефремова. – 4-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2022. – 251 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=54542 (дата обращения: 16.03.2023). – ISBN 978-5-9765-0224-6. – Текст : электронный.

Антикризисное управление : учебник / И. К. Ларионов, Н. И. Брагин, А. Н. Герасин [и др.] ; под ред. И. К. Ларионова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 380 с. : ил., табл. – (Учебные издания для магистров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621838 – ISBN 978-5-394-04572-1. – Текст : электронный.

5.2 Дополнительная литература

Чумиков, А. Н. Антикризисные коммуникации : учебное пособие / А. Н. Чумиков. – Москва : Аспект Пресс, 2013. – 174 с. : ил. – (Серия «Современные технологии PR. Мастер-класс»). – Режим

доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=456529 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7567-0716-8. – Текст : электронный.

Милюкова, А. Г. Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR: методические материалы и кейсы : практикум : [16+] / А. Г. Милюкова. – Саратов : Вузовское образование, 2020. – 127 с. – (Вузовское образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610850 – ISBN 978-5-4487-0723-0. – Текст : электронный.

Студеникин, Н. PR-защита бизнеса в корпоративных войнах: практикум победителя : практическое пособие : [16+] / Н. Студеникин. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 384 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279189 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9614-1440-0. – Текст : электронный.

5.3 Периодические издания

Вестник Московского Университета. Серия 18. Социология и политология : журнал.
Социологические исследования: журнал.
Советник: журнал.
Коммуникативная методика: журнал.
Бренд-менеджмент: журнал.
Эксперт: журнал.
Вестник общественного мнения: журнал
Общественные науки и современность: журнал
Вестник Московского университета. Сер.12, Политические науки. Социологические исследования
ПОЛИС: Политические исследования: журнал

5.4 Интернет-ресурсы

https://www.gospr.ru - специализированный журнал о пиаре для сотрудников органов власти, местного самоуправления, силовых структур, судов, министерств, ведомств

https://wciom.ru - Всероссийский центр исследования общественного мнения.

http://www.regnum.ru/ - сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире.

https://expert.ru -сайт журнала «Эксперт»

https://www.politstudies.ru - «ПОЛИС. Политические исследования» - научный и культурно-просветительский журнал

https://ruj.ru - Общероссийская общественная организация "Союз журналистов России" является основанным на членстве творческим неполитическим общественным объединением, учрежденным для осуществления деятельности по защите интересов журналистов России.

https://www.raso - Российская ассоциация по связям с общественностью.

http://www.pr-club.com/ - ЗАО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПРЕСС-КЛУБ. ЧУМИКОВ ПР И КОНСАЛТИНГ» (МПК) - коммуникационное агентство, оказывающее полный цикл услуг в области связей с общественностью (PR – паблик рилейшнз).

http://advertology.ru/ - новости рекламного и PR рынка, статьи, репортажи, актуальная информация о правовых аспектах рекламной деятельности.

http://www.courson.ru/course/filosofiya_prezentacii_kak_podgotovit_rasskaz_o_novom_produkte_686/ Онлайн-видеокурс «Результативная бизнес-презентация 2.0» курс для тех, кто хочет проводить презентации с максимальным результатом, как подготовить и провести презентацию на любую тему.

Федеральные СМИ:

1. http://www.rbc.ru/ - РИА РБК – лента новостей политики, экономики и финансов, аналитические материалы, комментарии и прогнозы, тематические статьи, оперативные данные по всем сегментам финансового рынка, трансляции пресс-конференций и интервью с крупнейшими российскими политическими деятелями и бизнесменами.

2. https://rg.ru - Интернет-портал “Российской газеты”. Новости экономики, общества, политики. Происшествия в регионах и в мире.

3. https://tass.ru/- Сайт информационного телеграфного агентства России ИТАР-ТАСС. Лента новостей России и мира. Материалы пресс-конференций, Мультимедиа: виде- и фоторепортажи, инфографика и т.д.

4. http://www.interfax.ru - Сайт международной информационной группы “Интерфакс”. “Интерфакс” – крупнейшая в СНГ частная диверсифицированная информационная группа, признанный лидер российского информационного рынка в сегменте B2B.

5. https://www.kommersant.ru/ - Сайт издательского дома “Коммерсантъ”. Фото, видео, книги, авторы, темы, справочник, рейтинги, Online-интервью, новости компаний, объявления о несостоятельности, блоги, годовые отчеты компаний.

6. https://ria.ru - Сайт сетевого издания «РИА Новости».

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные

1. Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru
2. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2023]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
3. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2023]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe
4. http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ