

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.03.04 Кризисные коммуникации

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Связи с общественностью

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины Б1.О.03.04 «Кризисные коммуникации» – 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.

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания курса решаются следующие задачи:

- понять природу современных связей с общественностью;
- изучить современные принципы антикризисного управления;
- выявлять и анализировать основные стратегии и тактики антикризисных PR-кампаний;
- раскрыть особенности восприятия кризисных ситуаций;
- сформировать представление о способах 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;
- научить студентов применять различные методы решения организационных, технологических и других проблем в ходе проведения PR-кампаний в условиях кризисных ситуаций.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.О.03.04 «Кризисные коммуникации» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.
		ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.
		ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций.

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	<p>ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.</p> <p>ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.</p>
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	<p>ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического</p>

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.О.03.04 «Кризисные коммуникации» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.О.03.04 «Кризисные коммуникации».

Рабочая программа дисциплины Б1.О.03.04 «Кризисные коммуникации» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	Введение в специальность. Основы теории коммуникации. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности. Спичрайтинг. Теория и практика массовой информации. Продюсирование в коммуникационной деятельности.	Преддипломная практика.
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПС 06.009 Специалист по	Введение в лингвомаркетинг. Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.	Преддипломная практика.

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
	продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам).	Нейромаркетинг. Основы маркетинга. Основы контент-маркетинга. Основы теории коммуникации. Событийный маркетинг. Теория и практика массовой информации.	
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	Основы маркетинга. Основы менеджмента. Основы интегрированных коммуникаций в рекламе. Основы интегрированных коммуникаций в PR. Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности. Информационные технологии в рекламе и PR. PR в современном мире. Теория и практика массовой информации. Технологии PR-мероприятий. Технологии производства в рекламе и связях с общественностью.	Преддипломная практика.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.О.03.04 «Кризисные коммуникации» составляет 2 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3...	7
Контактная работа, ак.ч.	34	-	-	-	34
в том числе:					
Лекции (ЛК)	17	-	-	-	17

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)				
		1	2	3...	7	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17	-	-	-	17	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	20	-	-	-	20	
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18	-	-	-	18	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	-	-	-	72
	зач.ед.	2	-	-	-	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. ТЕОРИЯ КРИЗИСНОГО PR.	<i>Тема 1. Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия. Понятие «репутационный риск». Понятие «репутационный риск». Кризис репутации. Расхождение между репутацией и реальностью.</i>	ЛК, СЗ
	<i>Тема 2. Содержание антикризисного PR. Антикризисная стратегия. Управление кризисом. Разработка кризисного плана коммуникаций. Ресурсы антикризисного PR. Блокирование потока негативной информации.</i>	ЛК, СЗ
	<i>Тема 3. Практические аспекты антикризисного PR. Взаимодействие со СМИ в антикризисный период. Разработка и реализация кризисного плана действий.</i>	ЛК, СЗ
Раздел 2. ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ АНТИКРИЗИСНОГО PR.	<i>Тема 4. Принципы взаимодействия со СМИ. Особенности кризисных коммуникаций. Правила работы со СМИ в области антикризисного PR. Порядок и очередность мероприятий PR-менеджеров в работе со СМИ в антикризисный период.</i>	ЛК, СЗ
	<i>Тема 5. Принципы и методы организации антикризисного PR. Прогнозируемые и непрогнозируемые кризисы. Типичные ошибки в действиях в кризисных ситуациях. Значение фактора времени. Упредительный антикризисный PR. Разработка антикризисной программы.</i>	ЛК, СЗ
	<i>Тема 6. Антикризисный PR в процедурах банкротства. Особенности процедуры банкротства в России. Процесс диагностирования в системе управления предприятием. Формы и методы антикризисного PR при банкротстве.</i>	ЛК, СЗ
Раздел 3. ПРАКТИКА АНТИКРИЗИСНОГО PR.	<i>Тема 7. Особенности антикризисного PR в практике отечественного бизнеса. Имиджевая составляющая в бизнесе.</i>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	Позитивные и негативные моменты развития отечественного бизнеса с точки зрения антикризисного пиара. Специфика принятия антикризисных мер в бизнесе.	
	<i>Тема 8. Использование технологий черного PR в кризисных ситуациях.</i> Принципы создания негативного имиджа. Управление слухами и другие манипуляции. Создание условий для лоббирования и конкурентной борьбы. Особенности организации связи с общественностью при использовании технологий черного PR.	ЛК, СЗ
	<i>Тема 9. Мировая практика антикризисного PR и связи с общественностью.</i> Опыт США и ЕС в деятельности организаций по связи с общественностью в кризисной ситуации. Отечественный опыт работы в критических ситуациях, в том числе в зоне военных конфликтов и повышенного риска.	ЛК, СЗ

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и	демонстрационное оборудование: мультимедийный

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ____ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Антикризисное управление: теория и практика: учебное пособие / под ред. В.Я. Захарова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити, 2018. – 320 с.: схем., табл, ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682345>

2. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2017. - 159 с. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0717-5. - ISBN 978-5-7567-0819-6: 220.00.
<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

3. Шевченко Д.А. Коммуникационная политика в некоммерческой сфере: учебник: / Д.А. Шевченко. – М.: Директ-Медиа, 2022. – 166 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686475>

Дополнительная литература:

1. Анцупов А. Словарь конфликтолога / А. Анцупов, А. Шипилов – М.: Эксмо, 2010.
2. Гришина Н.В. Психология конфликта / Н.В. Гришина. – СПб.: Питер, 2007.
3. Конфликтология: учебник / А.Я. Кибанов, И.В. Ворожейкин, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалов. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008.
4. Некрасова А.Н. Конфликтология. Конфликты в организациях [Электронный ресурс]: учеб. пособие/ А.Н. Некрасова. – М.: Миит, 2008 // ЭБС «Книгафонд». – Режим доступа: <http://www.knigafund.ru>.
5. Политическая конфликтология: учеб. пособие / под ред. С. Ланцова. – СПб.: Питер, 2008.
6. Файншмидт Е.А. Антикризисный PR: учебно-практическое пособие / Е.А. Файншмидт, Т.В. Юрьева, Б.В. Кузнецов. - М.: Евразийский открытый институт, 2010. - 118 с. - ISBN 978-5-374-00367-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=9067/>
7. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2014. - 324 с. - ISBN 978-5-394-00792-7. http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn_FindDoc&id=475569&idb=0
8. PR: теория и практика: учебник / Д.Е. Баранов, Е.В. Демко, М.А. Лукашенко и др.; под ред. М.А. Лукашенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. - 352 с.: ил., табл. - (Университетская серия). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4257-0091-9/ [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=252896>
9. Prof. Patrick de Pelsmacker. Advertising in New Formats and Media: Current Research and Implications for Marketers. Publisher: Emerald. 2016.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:
 - Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
 - ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
 - ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
 - ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
 - ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
 - ЭБС «Троицкий мост»
2. Базы данных и поисковые системы:
 - базы данных Ассоциации менеджеров России;
 - база данных по бизнесу и экономике Business Source Complete;
 - информационные библиографические базы данных ИНИОН РАН;
 - книжные коллекции издательства «SPRINGER»;
 - электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
 - поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
 - поисковая система Google <https://www.google.ru/>
 - реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине Б1.О.03.04 «Кризисные коммуникации».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.О.03.04 «Кризисные коммуникации» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Кризисные коммуникации» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН: <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=8305#section-0>.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

зав. каф. рекламы и бизнес-ком.



Трубникова Н.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

зав. каф. рекламы и бизнес-ком.



Трубникова Н.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.