

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.05.2026 13:27:53
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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

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)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Кризисные коммуникации» входит в программу бакалавриата «Связи с общественностью» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 4 разделов и 9 тем и направлена на изучение кризисных явлений и антикризисных технологий, а также на формирование навыков коммуникационного реагирования в условиях кризисных ситуаций, в качестве которых рассматриваются чрезвычайная ситуация, конфликт интересов и медийный конфликт.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов теоретических знаний о возникновении и развитии кризисных явлений, а также практических навыков коммуникационных действий, направленных на предупреждение кризиса, преодоление кризиса и устранения его последствий.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «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	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;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;
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	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.; 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

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		<p>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 планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.;</p>

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Кризисные коммуникации» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Кризисные коммуникации».

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	<p>История рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;</p> <p>Психология рекламы и PR;</p> <p>PR в современном мире**;</p> <p>Продюсирование в коммуникационной деятельности**;</p> <p>Нестандартные рекламные и PR-технологии**;</p> <p>Разработка рекламной идеи**;</p> <p>Реклама в современном мире**;</p> <p>Креативные коммуникации**;</p> <p>Современные технологии презентации**;</p> <p>Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности**;</p> <p>Актуальные аспекты PR-деятельности**;</p> <p>Основы разработки PR-проектов**;</p> <p>Введение в журналистику**;</p> <p>Креатив в дизайне**;</p> <p>Практические аспекты в рекламе**;</p> <p>Этика в маркетинговых коммуникациях**;</p> <p>Маркетинг на B2C рынке**;</p> <p>Нейромаркетинг**;</p> <p>Практика немедийных коммуникаций**;</p> <p>CRM-системы**;</p> <p>История коммуникационного</p>	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		бизнеса**; Управление медиамиксом**; Продвижение в шоу-бизнесе**; Эмоциональный интеллект**; Современные аспекты мониторинга СМИ**; Создание видеоконтента**; Психологические аспекты работы с аудиторией**; Производственная (проектная) практика; Производственная (ознакомительная) практика;	
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Технологии PR-мероприятий; Событийный маркетинг**; Разработка нового продукта**; Креативные стратегии**; Бренд-коммуникации**; Спичрайтинг**; Индустрия цифровых коммуникаций**; Креатив в маркетинге**; Визуальная коммуникация бренда**; Спонсорство и партнерство**; Культурные и креативные индустрии**; Проектная документация в маркетинговых коммуникациях**; Основы визуальных коммуникаций**; Технологии создания персонального имиджа**; Арт-менеджмент**; Ораторское искусство**; Художественные образы в коммуникациях**; Введение в цифровые коммуникации**; Мировая художественная культура**; Основы публичного выступления**; Массовая культура в коммуникациях**; Личный бренд с нуля**; Имиджевые коммуникации**; Звуковые образы в коммуникациях**; Финансовый менеджмент; Производственная (проектная) практика; Производственная (ознакомительная) практика;	Преддипломная практика;
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить	Производственная (проектная) практика; Производственная (ознакомительная) практика; Учебная практика;	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	<p>Основы менеджмента; Социология; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Управление человеческими ресурсами; Практика мультимедийного контента**; Продакт плейсмент**; Знаковые системы в дизайне**; Индустрия маркетинговых услуг**; Практика социальной рекламы**; Практика цифровых коммуникаций**; Методы воздействия в массовых коммуникациях**; Основы создания медиатекстов**; История кинематографа**; Развитие креативного мышления**; Имидж территорий**; Бизнес-этикет**; Практика медиакommunikаций**; Разработка коммуникационного проекта**; Технологии создания рекламного образа**; Введение в коучинг**; Основы работы с общественным мнением**; Введение в психологию коммуникаций**; Тренды медиадизайна**; Проектное сопровождение фестивальной рекламы**; Введение в политические коммуникации**; PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы**; Сторителлинг**; Дизайн-мышление**; Организация работы PR-отделов;</p>	

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

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

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			7
<i>Контактная работа, ак.ч</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	15		15
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	23		23
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Введение	1.1	Понятие кризиса.	Причины возникновения. Жизненный цикл кризиса. Кризисные отрасли	ЛК, СЗ
		1.2	Классификация кризисов	Классифицируют кризисы по источнику и природе: техногенные/кибер, операционные, репутационные, правовые/регуляторные, этические, финансовые, природные/санитарные, коммуникационные (фейки/утечки). Дополнительно — по предсказуемости и скорости (внезапные/нарастающие), масштабу и охвату (локальные/системные), контролируемости и длительности (острые/хронические), сценарию воздействия на стейкхолдеров.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Кризис как чрезвычайная ситуация	2.1	Причины возникновения кризисов.	Подготовка к кризисным ситуациям	ЛК, СЗ
		2.2	Коммуникационные действия, направленные на преодоление кризиса	Антикризисные коммуникации включают оперативный мониторинг и фактчекинг, единый центр сообщения и спикера, подготовку ключевых месседжей и Q&A, прозрачные брифинги и координацию каналов. Завершают цикл меры по восстановлению доверия (извинение/компенсация/исправления), управление слухами и обратной связью, постанализ и обновление протоколов.	ЛК, СЗ
		2.3	Восстановительный этап	Восстановительный этап фокусируется на возвращении доверия: прозрачное описание принятых мер, компенсации/исправления, поддержка пострадавших и последовательные месседжи с подтверждаемыми результатами. Параллельно ведутся репутационный аудит и мониторинг тональности, постанализ причин, обновление регламентов и обучение команд для предотвращения рецидивов.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Кризис как конфликт интересов	3.1	Универсальные циклы действий в конфликтных ситуациях	Универсальный цикл: раннее выявление и оценка риска → деэскалация и установление контакта → диагностика интересов и триггеров → выработка опций и переговоры → фиксация договоренностей и план внедрения → реализация, мониторинг и корректировки → постанализ и обучение. Коммуникационно это опирается на фактчекинг, единый центр сообщения, четкие месседжи и каналы, активную обратную связь и контроль слухов на каждом этапе.	ЛК, СЗ
		3.2	Локальные приемы и механизмы управления конфликтами	Локальные приемы: активное слушание, «я-сообщения», рефрейминг, тайм-ауты, уточняющие и медиаторские вопросы, ограничение повестки, поиск «малых соглашений», разделение людей и проблемы, протоколирование и выбор подходящего канала.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Медийный конфликт	4.1	Конфликт в условиях медиатизации.	Фактоид, фейк, манипулирование как основания медийного конфликта	ЛК, СЗ
		4.2	Актуальное смысловое позиционирование в медийном конфликте	Актуальное смысловое позиционирование — это быстрое выстраивание ядра сообщения и фреймов под текущий контекст, аудитории и логику площадок с опорой на ценности, доказательства, визуальные маркеры и релевантных спикеров. Практика включает постоянный мониторинг и тестирование месседжей, упреждение враждебных интерпретаций, синхронизацию каналов и гибкую корректировку нарратива по реакции медиа и стейкхолдеров.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по ОЧНОЙ форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

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.	
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.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации. – Проспект, 2024.

Дополнительная литература:

1. Антикризисное управление: механизмы государства, технологии бизнеса / А.З. Бобылева [и др.]; под общей редакцией А.З. Бобылевой. – М.: Юрайт, 2020.
2. Деминг Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Э. Деминг. – М.: Альпина Паблишер, 2020.
3. Умаров М.Ю. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М.Ю. Умаров. – М.: Альпина Паблишер, 2019.
4. Хрусталева, Н.С. Психология кризисных и экстремальных ситуаций / Н.С. Хрусталева. – СПб: СПбГУ, 2018.
5. Антикризисное управление / под. ред. Корягина Н.Д. – М.: Юрайт, 2020.
6. Государственное антикризисное управление / под ред. Охотского Е.В. – М.: Юрайт, 2020.
7. Зуб А.Т. Антикризисное управление / А.Т. Зуб. – М.: Юрайт, 2019.

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 «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- 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 «Кризисные коммуникации».

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

РАЗРАБОТЧИКИ

Доцент

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО

Заведующий кафедрой

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП

Заведующий кафедрой

Должность

Чумикова С.Ю.

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О