

Министерство образования и науки Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнесе

Рабочая программа по дисциплине
АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки

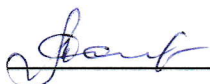
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки
Реклама и связи с общественностью

Квалификация:
Бакалавр


Форма обучения
Очная

Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с общественностью»

 Фейлинг Т.Б.

Утверждаю
Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
19 июня 2018 г., протокол № 4

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
инновационных технологий управления в
государственной сфере и бизнесе
7 февраля 2018 г., протокол № 8
Зав. кафедрой  Фирова И.П.

Авторы-разработчики:
 Зиновьева Н.О.

Санкт-Петербург 2018

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины - знакомство с видами организационных кризисов и их жизненным циклом, овладение технологиями кризисных коммуникаций и антикризисного PR, знакомство со стратегиями, алгоритмами и инструментами взаимодействия со СМИ в условиях кризиса, изучение особенностей коммуникаций с различными целевыми аудиториями в кризисных ситуациях, а также получение навыков антикризисного PR с использованием Интернета и новых медиа.

Основные задачи дисциплины «Антикризисные коммуникации» связаны с освоением студентами: основных принципов, приемов и навыков работы специалиста по связям с общественностью, необходимыми для минимизации репутационного ущерба, который кризис может нанести организации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Антикризисные коммуникации» относится к базовой части ОПОП, обеспечивающей подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина изучается студентами:

набора 2017, 2018 гг. в 8 семестре, объем дисциплины - 72 ак. часа, 2 з.е.

набора 2016 года в 8 семестре, объем дисциплины - 180 ак. часа, 5 з.е.

набора 2015 года в 8 семестре, объем дисциплины - 108 ак. часов, 3 з.е.

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин:

«Введение в профессию», «Теория массовой информации», «Деловые коммуникации», относящиеся к базовой части ОПОП,

«Социальная реклама», «Интегрированные коммуникации», «Теория и практика связей с общественностью», относящиеся к вариативной части ОПОП.

Основными видами занятий при изучении дисциплины являются лекции и практические занятия. На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы, имеющие концептуальное и методологическое значение в решении задач подготовки специалистов данного профиля.

На практических занятиях отрабатываются ключевые практические вопросы, формируются необходимые умения и навыки.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения Дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование части следующих компетенций:

Код компетенции	
ОК-6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОПК-4	умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК-5	умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ПК-1	способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-2	владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
ПК-5	способность реализовывать проекты и владение методами их реализации
ПК-13	способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия

В результате освоения дисциплины «Антикризисные коммуникации» бакалавр должен:

знать:

- особенности кризисов как социального явления, их «жизненный цикл», причины и последствия для организаций;
- роль информационно-коммуникационной составляющей в развитии кризисов;
- структуру кризисных коммуникаций, роль и функции антикризисного PR во взаимосвязи с другими коммуникационными элементами;
- существующие теории и модели кризисных коммуникаций и антикризисного PR;
- роль новых медиа в развитии кризисов и особенности работы организации с социальными медиа в кризисной ситуации;
- стратегии, алгоритмы и инструменты взаимодействия со СМИ в условиях кризиса;
- основные принципы взаимодействия с различными целевыми аудиториями в кризисной ситуации;

уметь:

- составлять комплексный план кризисных коммуникаций;
- генерировать стратегию кризисных коммуникаций в зависимости от анализа параметров кризиса;
- организовывать работу пресс-центра и взаимодействие со СМИ в период кризиса;
- готовить основные материалы для СМИ в кризисной ситуации: специализированная информационная страница в Интернете, пресс-релиз, официальное сообщение, пресс-кит, бэкграундер, информационный лист, видео-сообщение и др.;
- реагировать на дезинформацию и провокации в медиа-пространстве;
- вести переговоры в условиях кризиса;
- осуществлять коммуникацию с различными целевыми аудиториями в условиях кризиса: стейкхолдерами, пострадавшими, сотрудниками организации, представителями госструктур, широкой общественностью и т.д.;
- выступать на пресс-конференциях и давать интервью в кризисной ситуации;
- эффективно использовать новые медиа в условиях кризиса;
- осуществлять управление изменениями на посткризисной стадии с учётом разных стилей реагирования на изменения сотрудников, клиентов, партнёров и других заинтересованных лиц;

владеть:

- профессиональными умениями, необходимыми для убедительного публичного выступления спикера компании в кризисной ситуации;
- психоэмоциональными компетенциями, составляющими основу эффективной работы в условиях кризиса: толерантностью к неопределённости, стрессоустойчивостью, принятием изменений;
- прикладными аналитическими инструментами антикризисного PR;
- способностью оценивать выбранную стратегию, а также альтернативные варианты действия;
- навыками индивидуальной работы и работы в команде.

Основные признаки проявленности формируемых компетенций в результате освоения дисциплины сведены в таблицах:

ОПК-4	умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
-------	-------------------------------------------------------------------------------------------

Этап (уровень) освоения компетенции	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описание уровня)
Продвину-тый	Представляет в полной мере особенности и специфику кризисов. Способен эффективно проводить антикризисные мероприятия. Понимает их основания и умеет выделить практическое значение заданной области. Полностью владеет

	навыками планирования и проведения антикризисных мероприятий. Владеет навыками самостоятельной работы в профессиональной области.
Базовый	В основном понимает специфику кризисов в управлении организацией. Способен в основном применять базовые теоретические знания в области антикризисных коммуникаций. Способен участвовать под контролем в антикризисных мероприятиях по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок.
Минимальный	Знаком с некоторыми закономерностями протекания кризисов в организации. Способен на теоретическом уровне описывать специфику использования антикризисных мероприятий в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью. Владеет некоторыми элементами в области использования антикризисных коммуникаций в рекламной деятельности и СО, однако не владеет навыками оценивания эффективности профессиональной деятельности.

ОПК-5	умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
-------	------------------------------------------------------------------------

Этап (уровень) освоения компетенции	Основные признаки проявленности компетенции (дескрипторное описание уровня)
Продвину- тый	Знаком в полной мере с особенностями организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы в ситуации кризиса. Свободно ориентируется в планировании работы рекламных служб и служб по связям с общественностью. Понимает их основания и умеет выделить практическое значение заданной области. Полностью владеет навыками использования антикризисных коммуникаций в процессе управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлении оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проведении мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок. Владеет навыками самостоятельной работы в профессиональной области.
Базовый	Понимает специфику планирования и организации основных мероприятий в ситуации кризиса. Способен в основном применять базовые теоретические знания в области антикризисных коммуникаций в профессиональных мероприятиях. Способен участвовать в антикризисных мероприятиях.
Минимальный	Знаком с видами кризисов, однако не ориентируется в их специфике. Способен на теоретическом уровне описывать специфику использования антикризисной коммуникации в планировании работы рекламных служб и служб по связям с общественностью. Владеет некоторыми элементами в области использования антикризисной коммуникации в профессиональной рекламной деятельности и СО, однако не владеет навыками оценивания эффективности профессиональной деятельности.

4. Структура и содержание дисциплины

Общий объем дисциплины составляет:

для набора 2017, 2018 гг. - 72 ак. часа, 2 з.е.

для набора 2016 года - 180 ак. часа, 5 з.е.

для набора 2015 года - 108 ак. часов, 3 з.е.

Объем дисциплины по видам учебных занятий

2017, 2018 г. набора

Объём дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	72	-	-
Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	44	-	-
в том числе:			
Лекции	22	-	-
практические занятия	22	-	-
семинарские занятия	-	-	-
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	28	-	-
в том числе:			
курсовая работа		-	-
контрольная работа		-	-
Вид промежуточной аттестации	зачет	-	-

Для наборов 2016 г.

Объём дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	180	-	-
Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	44	-	-
в том числе:			
Лекции	22	-	-
практические занятия	22	-	-
семинарские занятия	-	-	-
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	136	-	-
в том числе:			
курсовая работа		-	-
контрольная работа		-	-
Вид промежуточной аттестации	экзамен	-	-

Для наборов 2015 г.

Объём дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	108	-	-
Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	44	-	-
в том числе:			
Лекции	22	-	-
практические занятия	22	-	-
семинарские занятия	-	-	-
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	64	-	-
в том числе:			
курсовая работа		-	-
контрольная работа		-	-
Вид промежуточной аттестации	экзамен	-	-

4.1. Структура дисциплины

Для наборов 2017,2018 г.

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр 8	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости <i>зачет</i>	Занятия в активной и интерактивной форме, час.	Формируемые компетенции
			Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самост. работа			
1	Кризисы и кризисные ситуации		4	4	5			ОК-6,ОПК- 4 ОПК-5
2	Кризисные коммуникации и антикризисный PR		4	4	5			ОПК- 4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-13
3	Роль новых медиа в кризисных ситуаци-		4	4	6			ОПК- 4, ОПК-5, ПК-1, ПК-

	ях							2, ПК-5, ПК-13
4	Стратегические переговоры и метакоммуникации в кризисной ситуации		5	5	6			ОПК- 4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-13
5	Психологические аспекты антикризисного PR		5	5	6			ОК-6,ОПК- 4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-13
	ИТОГО		22	22	28			

Для наборов 2015, 2016г.

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр 8	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости	Занятия в активной и интерактивной форме, час.	Формируемые компетенции
			Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самост. работа	Экзамен		
1	Кризисы и кризисные ситуации		4	4	25			ОК-6,ОПК- 4 ОПК-5
2	Кризисные коммуникации и антикризисный PR		4	4	25			ОПК- 4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-13
3	Роль новых медиа в кризисных ситуациях		4	4	28			ОПК- 4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-13
4	Стратегические переговоры и метакоммуникации в кризисной ситуации		6	6	28			ОПК- 4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-13
5	Психологические аспекты антикризисного PR		4	4	30			ОК-6,ОПК- 4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-13
	ИТОГО		22	22	136			

4.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Кризисы и кризисные ситуации

Кризисы как социальное явление. Виды кризисов и их специфика, «жизненный цикл» кризиса, его причины и последствия для организации. Кризисная ситуация: риски, конфликты, социальные проблемы и другие факторы. Роль репутации организации, лояльности сотрудников и клиентов в развитии кризисной ситуации. Роль информационно-коммуникационной составляющей в развитии кризисов.

Раздел 2. Кризисные коммуникации и антикризисный PR

Кризисные коммуникации и антикризисный PR на трёх этапах «жизненного цикла» кризиса. Особенности коммуникаций на предкризисном, кризисном и посткризисном этапах. Особенности инструктирующих, психокорректирующих и репутационных коммуникаций в период кризиса. Стратегии и тактики эффективных коммуникаций на этапе восстановления после кризиса. Взаимодействие с различными целевыми аудиториями в кризисной ситуации. Работа со СМИ в условиях кризиса: стратегии, алгоритмы, инструменты, подготовка материалов. Пошаговые алгоритмы по подготовке выступления для прессы и по разрешению конкретных проблемных ситуаций при взаимодействии с журналистами. Заготовки для пресс-релиза, бэкграундера и других материалов для СМИ. Подготовка спикера от организации. План антикризисных коммуникаций

Раздел 3. Роль новых медиа в кризисных ситуациях

Роль новых медиа в развитии кризисов. Деструктивные факторы: рост масштабов распространения дезинформации, скандалов и провокаций, эскалация конфликтов и социального недовольства, возможности для массового бойкота товаров и других протестных акций, сокращение периода кризисного реагирования. Конструктивные факторы: роль гражданской журналистики (этически ответственного блоггинга), добровольческих движений и технологий краудсорсинга в эффективном разрешении кризисов. Паракризисы и их урегулирование. Работа организации с социальными медиа в кризисной ситуации. Использование инструментов краудсорсинга для привлечения лояльных пользователей социальных медиа к урегулированию кризиса

Раздел 4. Стратегические переговоры и метакоммуникации в кризисной ситуации

Базовые навыки стратегических переговоров. Стратегии и тактики переговоров, позиции и интересы, этапы переговорного процесса, ментальные модели переговоров. Переговоры с партнёрами по разрешению кризиса: создание общего понимания, ментальной модели кризиса (фрейминг, смыслообразование), согласование общих целей

и задач, распределение обязанностей, налаживание каналов коммуникации и обмена информацией, координация. Переговоры с конфликтующей стороной в условиях кризиса. Метакоммуникации в условиях кризиса: фасилитация, модерация, медиация, общественный диалог.

Раздел 5. Психологические аспекты антикризисного PR

Развитие стрессоустойчивости. Концепция гибкой устойчивости личности и организации. Толерантность к неопределённости и особенности принятия решения в условиях недостатка информации. Неопределённость как один из ключевых признаков, по которым определяется кризис. Особенности принятия индивидуальных и групповых решений в условиях недостатка информации. Развитие профессиональных компетенций кризисного лидера, возможности их оценки и развития.

4.3. Практические занятия

№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Формируемые компетенции
1	Риски, уязвимости, конфликты, социальные проблемы и их нейтрализация в ситуации кризиса	ОК-6, ОПК- 4 ОПК-5
2	Разбор элементов плана кризисных коммуникаций, его практическая отработка и внедрение в условиях кризиса.	ОПК- 4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-13
3	Практическая отработка рекомендаций по работе организации с социальными медиа в кризисной ситуации: как преподнести информацию, как реагировать на провокации, что делать с негативными комментариями.	ОПК- 4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-13
4	Базовые навыки стратегических переговоров	ОПК- 4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-13
5	Стрессоустойчивость и стресс-сёрфинг в кризисной ситуации, Особенности принятия индивидуальных и групповых решений в условиях недостатка информации.	ОК-6, ОПК- 4, ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-13

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов и оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

5.1. Текущий контроль

Для текущего контроля усвоения материала предусмотрены письменные контрольные, предполагающие, что студенты после прохождения каждого раздела пишут короткие ответы на вопросы.

Образцы заданий текущего контроля

1. Выберите одну из стратегий кризисных коммуникаций в соответствии с ситуационной теорией Т. Кумбса и Ш. Холлэдэй. Опишите 2 примера из бизнеса: 1) когда данная стратегия была выбрана правильно и была эффективной; 2) когда данная стратегия была ошибочной и почему, какие последствия это имело.
2. Опишите пример из практики, когда компания использовала кризис для развития бизнеса и укрепления репутации. Какие инструменты и стратегии коммуникаций сделали это возможным?
3. Составьте план кризисных коммуникаций для одной из существующих компаний.
4. Проанализируйте известные кризисы, вызванные жалобами со стороны клиентов. Как бы Вы посоветовали компаниям с ними справиться?
5. Опишите принципы эффективной работы со СМИ в кризисной ситуации, проиллюстрировав их примерами.
6. Проанализируйте особенности кризисных коммуникаций для одной из предложенных отраслей бизнеса: а) нефтегазовая отрасль; б) автомобилестроение; в) продукты питания; г) косметология; д) авиаперевозки. Приведите примеры из практики.
7. Антикризисный PR в Интернете и социальных медиа: примеры успешных и неудачных действий организации, анализ их последствий.
8. Особенности взаимодействия организации с различными целевыми аудиториями на примере известного кризиса.
9. Анализ публичных заявлений организации в кризисной ситуации на примере известного кризиса.
10. Роль СМИ в кризисной ситуации.
11. Роль новых медиа в кризисной ситуации.
12. Анализ известного кризиса на трёх этапах его жизненного цикла.
13. Антикризисный PR в структуре кризисных коммуникаций организации.

14. Использование инструментов краудсорсинга для привлечения лояльных пользователей социальных медиа к урегулированию кризиса
15. Психологические особенности восприятия информации в условиях кризиса и их значение для кризисных коммуникаций.
16. Планирование и импровизация при осуществлении кризисных коммуникаций.
17. Взаимосвязь корпоративной социальной ответственности и антикризисного PR.

5.2. Методические указания по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа заключается:

- в самостоятельной подготовке студента к лекции – чтение конспекта предыдущей лекции. Это помогает лучше понять материал новой лекции, опираясь на предшествующие знания.

В начале лекции проводится устный или письменный экспресс-опрос студентов по содержанию предыдущей лекции;

- в подготовке к практическим занятиям по основным и дополнительным источникам литературы;
- в выполнении домашних заданий;
- в самостоятельном изучении отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- в написании рефератов по дисциплине.

Примерная тематика рефератов

1. Понятие, природа и причины возникновения кризисов управления
2. Альтернативные концепции антикризисного управления
3. Концепция антикризисного управления на основе коммуникаций. Виды антикризисных коммуникаций
4. Механизмы предотвращения кризисов организации
5. Амбивалентная сущность кризиса.
6. Кризисная ситуация как совокупность кризисных факторов.
7. Роль СМИ в возникновении кризисов.
8. Особенности коммуникации на предкризисном этапе.
9. Особенности коммуникации на кризисном этапе.
10. Особенности коммуникации на посткризисном этапе.
11. Эффективная коммуникация со значимыми группами по урегулированию кризиса.
12. Подготовка выступления для прессы.
13. Формула эффективного публичного выступления в период кризиса.
14. План кризисных коммуникаций.

15. Воздействие новых медиа на кризисные явления.
16. Решение коммуникационных задач в паракризисной ситуации.
17. Коммуникативные стратегии организации в ситуации провокации.
18. Особенности привлечения добровольцев к урегулированию кризисной ситуации.
19. Ментальные модели переговоров.
20. Налаживание каналов коммуникации и обмена информации с партнерами в процессе урегулирования кризиса.
21. Кризисные переговоры с конфликтующей стороной.
22. Метакоммуникационные механизмы.
23. Современные теории кризисной коммуникации.
24. Планирование кризисных коммуникаций
25. Технологии подготовки к кризису.
26. Документы и планы компании при подготовке к кризису.
27. Кризисный меседж: структура и содержание.
28. Кейс Тайленола.
29. Кризисный медиапакет
30. Принципы и ценности кризисной коммуникации.
31. Классические кейсы кризисной коммуникации: Exxon, Johnson&Johnson, Pepsi-Cola, Suzuki.
32. Понятие информационной и информационно-психологической войны.
33. Технология информационной атаки на организацию.
34. Защита от информационных атак.
35. Технологии кризисных коммуникаций в сетевой среде.
36. Современные исследования кризисной коммуникации в зарубежной научной периодике
37. Противодействие негативной информации в интернет-среде

5.3. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в виде зачёта.

Перечень вопросов к зачету:

1. Типологии кризисов и кризисных ситуаций.
2. Сущность и жизненный цикл кризиса.
3. Структура кризисных коммуникаций: три ключевых элемента и их содержание.
4. Роль и место антикризисного PR в структуре кризисных коммуникаций.
5. Правила эффективных кризисных коммуникаций.

6. Развитие теоретических оснований антикризисного PR: от корпоративной апологии до ситуационной теории кризисных коммуникаций.
7. Стратегии антикризисного PR в ситуационной теории кризисных коммуникаций Т. Кумбса и Ш. Холлэдэй.
8. Целевые аудитории кризисных коммуникаций и особенности взаимодействия с ними.
9. Управление репутацией в антикризисном PR.
10. Взаимодействие со СМИ в кризисных ситуациях: ключевые принципы, стратегии и алгоритмы.
11. Структура и функции плана кризисных коммуникаций организации.
12. Особенности кризисных коммуникаций в работе органов государственной власти.
13. Новые кризисы в социальных медиа и противодействие им.
14. Паракризисы и их урегулирование.
15. Конфликтные, консенсусные и полемогенные кризисные ситуации и их особенности.
16. PR-технологии в антикризисном краудсорсинге - привлечения добровольцев к урегулированию кризиса.
17. Виды и содержание PR-документов в кризисной ситуации.
18. Мероприятия для СМИ в кризисной ситуации.
19. Антикризисная команда: структура, формирование, обучение, координация работы.
20. Подготовка и проведение публичного выступления в кризисной ситуации.
21. Переговоры в кризисной ситуации: виды, функции, отличия от традиционных переговоров.
22. Роль и виды корпоративного обучения для подготовки к кризисным коммуникациям.
23. Ключевые компетенции, необходимые для осуществления кризисных коммуникаций. Их оценка и развитие у сотрудника организации.
24. Метакоммуникации в кризисной ситуации: медиация, модерация, фасилитация, общественный диалог.
25. Анализ и оценка эффективности кризисных коммуникаций.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

- 1.** Антикризисное управление: Учебник / Государственный Университет Управления; Под ред. Э.М. Короткова. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: ИНФРА-М, 2007. -

620 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-002459-2 В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=131231>

2. Организационное поведение: Учебник / Л.В. Карташова, Т.В. Никонова, Т.О. Соломанидина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 384 с.: 60x90 1/16. - (100 лет РЭА им. Г.В. Плеханова). (переплет) ISBN 978-5-16-002980-1 В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=126525>
3. Антикризисное управление: Учебное пособие / О.Н. Демчук, Т.А. Ефремова; Российская академия образования (РАО). - М.: Флинта: МПСИ, 2009. - 256 с.: 60x88 1/16 + CD-ROM. (переплет, cd rom) ISBN 978-5-9765-0224-6, 2000 экз. В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=205575>

б) Дополнительная литература:

1. **Забурдаева Е.В.** Политическая кампания. Стратегии и технологии : учебник для вузов / Е. В. Забурдаева ; МГИМО(У) МИД России. - М. : Аспект Пресс, 2012.
2. **Кеннеди Г.** Договориться можно обо всем! Как добиваться максимума в любых переговорах / Г. Кеннеди; пер. с англ. М. Вершовского. - 4-е изд. - М. : Альпина Паблишерз, 2011.
3. **Пирсон Б.** MBA в кармане: практическое руководство по развитию ключевых навыков управления: пер. с англ. / Б. Пирсон, Н. Томас. - М. : Альпина Паблишерз, 2011.
4. **Скотт Д.М.** Новые правила маркетинга и PR : как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем : пер. с англ. / Д. М. Скотт. - 2-е изд. - М. : Альпина Паблишерз, 2011.
5. **Чумиков А.Н.** Связи с общественностью. Теория и практика : учебник для вузов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; МГУ им. М.В. Ломоносова. - 6-е изд. - М. : Дело, 2010.
6. **Шатилов А.Б.** GR для эффективного бизнеса / А. Б. Шатилов, А. С. Никитин. - М. : Форум, 2011.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. <http://elibrary.ru/> – крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 14 млн научных статей и публикаций.
2. <http://www.edu.ru/> – федеральный образовательный портал
3. <http://azps.ru> – сайт по психологии: предлагает описание психологических тестов, тестирование он-лайн, тренинги, упражнения, статьи, советы психологов.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Деятельность студента
---------------------	-----------------------

Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Самостоятельная работа	Поиск литературы и составление библиографии по теме, использование от 3 до 5 источников. Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники. Изложение основных аспектов проблемы, анализ мнений авторов и формирование собственного суждения по исследуемой теме.
Практические занятия	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Решение ситуационных задач.
Подготовка к зачёту	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и решение ситуационных задач на практических занятиях.
Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Решение ситуационных задач.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и решение ситуационных задач на практических занятиях.

7. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются:

- лекции-визуализации;
- на семинарских занятиях выступления студентов с докладами (рефератами) сопровождаются соответствующими слайд-презентациями;

- - для работы с нормативно-правовыми актами в ходе практических занятий используется выход через Интернет на электронные ресурсы СПС Консультант Плюс (<http://www.consultant.ru/>) или СПС Гарант (<http://www.garant.ru/>);

- организация взаимодействия преподавателя со студентами для осуществления консультационной работы по подготовке к семинарским (практическим) занятиям и подбору необходимой литературы, помимо консультаций, осуществляется посредством электронной почты.

Тема (раздел) дисциплины	Образовательные и информационные технологии	Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
Кризисы и кризисные ситуации	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium; Интернет
Кризисные коммуникации и антикризисный PR	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium; Интернет
Роль новых медиа в кризисных ситуациях	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium; Интернет
Стратегические переговоры и метакоммуникации в кризисной ситуации	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium; Интернет
Психологические аспекты антикризисного PR	чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного курса лекций	Microsoft Office Электронно-библиотечные системы: Юрайт, znanium; Интернет

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук),

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.