АННОТАЦИЯ Дисциплины Б1.В.ДВ.02.01
«Антикризисный ПР»

Объем трудоемкости:*2 зачетных единицы (72 часа, из них –8,2 контактных часов: лекционных 4 ч., практических 4 ч.; 60 часов самостоятельной работы, 3,8 часа контроль; 0,2 часа ИКР).*

Цель освоения дисциплины–формирование у магистрантов представления об антикризисных связях с общественностью, а также создание теоретической базы и практических навыков использования технологий антикризисного PR при решении проблем российских организаций, находящихся в кризисном состоянии или проходящих процедуры банкротства.

В процессе обучения магистранты должны узнать основные проблемы и задачи кризисного управления связями с общественностью, уметь самостоятельно поставить «диагноз» в кризисной ситуации, спланировать возможный сценарий, провести тренинг, оценить уязвимые места и уметь принять правильное решение, иметь представление о методах, средствах, приемах оценки готовности организации к выходу из кризиса.

Учитывая возрастающую значимость антикризисного управления в связях с общественностью, необходимо рассмотреть антикризисный СО - менеджмент как часть стратегического репутационного планирования и управления коммуникациями в организациях.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается:

- раскрыть сущность и практическую значимость ключевых понятий дисциплины;
- представить существующие типологии кризисов, основные этапы развития кризисных ситуаций, возможные стратегии их преодоления;
- охарактеризовать PR-технологии, используемые в процессе прогнозирования, предотвращения, минимизации последствий кризиса;
- проанализировать механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризиса, учитывая когнитивно-эмоциональную специфику поведения вовлеченных в ситуацию людей;
- на основе анализа конкретных ситуаций познакомить студентов с вариантами разрешений кризисов средствами PR (неудачными и успешными), случаями положительного имиджевого эффекта от грамотного построения кризисных и послекризисных коммуникаций;
- выработать у магистрантов навыки практического применения принципов и технологий кризисных коммуникаций в общественно-политических и бизнес-организациях.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Антикризисный ПР» **Б1.В.ДВ.02.01** относится к вариативной части ФГОС по направлению подготовки ВО **42.04.02** Журналистика (магистратура) (дисциплины по выбору).

Курс «Антикризисный ПР» опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Психология массовой коммуникации», «Социология массовой коммуникации», «Технологии в связях с общественностью». Не дублируя теоретические положения предыдущих курсов, изучение направлено на определение задач антикризисного PR в организации, повышение эффективности управления коммуникационными потоками в условиях кризиса.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ОПК-3**	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации	специфику профессиональной деятельности, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации	осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации	навыками профессиональной деятельности, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации
2	**ПК-6**	готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для	специфику аккумулирования, анализа информации из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое	аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование	навыками аккумулирования, анализа информации из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		медиа проектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическим и показателями	обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования	для медиапроектирования и медиамоделирования	обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования

Основные разделы дисциплины
Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Кризис репутации и кризис доверия: определения, причины, последствия	11	1			10
2.	Анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки	11	1			10
3.	Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования	12	1	1		10
4.	Технологии и инструменты кризисного PR: зарубежная и российская практика	12	1	1		10
5.	Практика кризисного PR: планирование, реализация, оценка	11		1		10
6.	Кризисный PR в управлении репутацией компании / организации. *Итоговое занятие*	11		1		10
	Итого по дисциплине:		4	4		60

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Кочеткова, А. И. Антикризисное управление. Инструментарий [Электронный ресурс]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. - М.: Юрайт, 2018. - 440 с. - https://www.biblio-online.ru/book/7872D77A-EBB7-43AA-AF1E-D30BA4D8D3C9.
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб.пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс]: учеб.пособие — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56212
4. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс]: учеб.пособие — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93478.

Автор РПД: канд. ист. наук, доц., доц. Виноградова К.В.