Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт общественных наук

(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала)

Кафедра политических и общественных коммуникаций
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических и общественных коммуникаций
Протокол от «29» августа 2016 г. №12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.1.1 «Антикризисные коммуникации»
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности)

«Реклама и связи с общественностью» (Liberal Arts)

(направленность (профиль))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

2017

(год набора)

Москва, 2016 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Старший преподаватель Богуславский Сергей Михайлович

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD С. Потоликкио

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание и структура дисциплины

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

6.2. Дополнительная литература

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

6.4. Нормативные правовые документы

6.5. Интернет-ресурсы

6.6. Иные источники

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.1.1 «Антикризисные коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-1	Способность применять навыки оперативного планирования и контроля в работе отделов рекламы и служб по связям с общественностью, направленных на повышение имиджа организации, на продвижение товаров и услуг на рынок и на оценку эффективности коммуникационных кампаний	ПК ОС LA- 1.2	Способность осуществлять оперативное управление и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
ПК ОС LA-7	Способность под контролем принимать участие подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК ОС LA-7.3	Способность подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Определение целевых результатов коммуникационной стратегии; методологии и инструментов	ПК ОС LA-1.2	на уровне знаний: - основ принципов и формы организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - основ менеджмента рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - основы оперативного планирования рекламной работы и деятельности по связям с общественностью
		на уровне умений:

		- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта; - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; - проводить исследование предпочтений целевых групп потребителей, анализировать результаты исследований
		на уровне навыков: - разработки средств продвижения рекламного продукта; взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью; - навыком разработки маркетинговой части бизнес- плана; - навыком выявления требований целевых групп потребителей, а также методиками оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО
Определение порядка реализации коммуникационной стратегии; выбор методологии и инструментов	ПК ОС LA-7.3	на уровне знаний: - особенности организационно-управленческой работы в коммуникационных технологиях; - основные профессиональные понятия; основные понятия коммуникации; - основные виды, технологические этапы, закономерности осуществления, методы проведения PR-кампании, требования к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий
		на уровне умений: - планировать и организовывать кампании различных видов в сфере рекламы и связей с общественностью, - осуществлять мероприятия на разных этапах коммуникационной кампании; - анализировать коммуникационные аспекты и процессы деятельности организации в выбранной сфере
		на уровне навыков: - навыком самостоятельной работы с документами и первоисточниками по связям с общественностью; навыками сбора информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - навыками планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий. - навыками и приемами проведения коммуникационных мероприятий

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 аст.ч, в том числе 28 ак.ч./21 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 44

ак.ч./33 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.В.ДВ.1.1 «Антикризисные коммуникации», 4 курс, 7 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

— дисциплина реализуется после изучения: Б1.В.ОД.1 «Основы менеджмента», Б1.В.ОД.2 «Культура XX века», Б1.В.ОД.3 «Введение в маркетинг», Б1.В.ОД.5 «История рекламы и паблик рилейшнз», Б1.В.ОД.8 «Коммуникационный менеджмент», Б1.В.ОД.10 «Мастерская социальных медиа», Б2.У.1 «Учебная практика», Б1.В.ОД.19 «Интегрированные коммуникации», Б1.В.ОД.17 «Интернет-коммуникации».

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п Темы	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
1	Кризис-менеджмент.	12/9			2/1,5		10/7,5	О, Д
2	Типология кризисов. Положительные аспекты кризисной ситуации.	6/4,5			2/1,5		4/3	О, ДЗ
3	Команда экстренного реагирования. Кризисный план.	10/7,5			4/3		6/4,5	О, Д, ДЗ
4	Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса	8/6			4/3		4/3	О, Д
5	Методы передачи сообщения в условиях кризиса.	8/6			4/3		4/3	О, Д, ДЗ
6	Адресат сообщения в кризисной коммуникации.	6/4,5			2/1,5		4/3	О, Д, ДЗ

	Особенности целевых аудиторий.							
7	Работа с СМИ в кризисных ситуациях. «Черный» и «белый» PR.	8/6			4/3		4/3	О, Д, ДЗ
8	Виды сопутствующих мероприятий при кризисном управлении	6/4,5			2/1,5		4/3	О, Д
9	Корпоративные извинения» компании. Коммуникации, направленные на восстановление имиджа предприятия.	8/6			4/3		4/3	О, Д, ДЗ
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
	Всего:	72/54			28/21		44/33	

Примечание:

*** – разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: курсовые проекты (КП), курсовые работы (КР), контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.*

**** - разработчик указывает необходимые формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз), зачет (За), зачет с оценкой (ЗаО) и др.*

Содержание дисциплины

Тема 1 Кризис-менеджмент.

Основные правила и подходы к организации антикризисных коммуникаций.

Понятие кризисной коммуникации Виды антикризисных коммуникаций. PR как элемент антикризисного управления.

Принципы PR в кризисной ситуации. Основные заинтересованные лица в условиях реализации кризисных коммуникаций

Сферы применения кризис - менеджмента

Структура отношений компании с партнерами

Назначение PR-кампаний в чрезвычайных обстоятельствах

Истинность и достоверность предоставляемых сведений

Тема 2 Типология кризисов. Положительные аспекты кризисной ситуации.

Фазы кризиса

Кризис как двойственная система

Типология кризисов

Тема 3 Команда экстренного реагирования. Кризисный план.

Кризисный план. Алгоритм создания

Принципы работы антикризисной команды

Тема 4 Роль и функции антикризисных коммуникаций в условиях кризиса
Бизнес-конфликты (недружественное поглощение, грин мэйл, атака конкурента, конфликт с органами власти и др.)Катастрофы, несчастные
случаи. Загрязнение окружающей среды или неблагоприятное воздействие. Коллективные судебные иски, акции по защите потребителей, активность потребителей. Дефекты
продукции и рекламации. Увольнение руководителей высшего звена компании и скандалы вокруг этого, трудовые споры. Финансовые убытки, налоговые махинации,
судебные расследования. Инциденты, связанные с оскорблениями. Преступления, совершенные служащими компании

Тема 5 Методы передачи сообщения в условиях кризиса.
Ликвидация последствий негативного освещения в СМИ.
Анализ ошибок коммуникативной политики

Тема 6 Адресат сообщения в кризисной коммуникации. Особенности целевых аудиторий.
Количество и направление новостной информации
Восстановление репутации в государственной и коммерческой среде

Тема 7 Работа с СМИ в кризисных ситуациях. «Черный» и «белый» PR.
Партнерские отношения с СМИ
«Черный» и «белый» PR в России и на Западе

Тема 8 Виды сопутствующих мероприятий при кризисном управлении
Инструменты PR в поле кризисного управления
Конфиденциальный характер кризис-менеджмента

Тема 9 «Корпоративные извинения» компании. Коммуникации, направленные на восстановление имиджа предприятия.
Роль восстановления имиджа компании для снижения негативных последствий в ходе реализации антикризисных мер. «Правило золотого часа» в антикризисных коммуникациях. Тренировка «Говорящих голов», ответственных за коммуникацию с
основными стейкхолдерами компании в ходе антикризисного управления. Содержание антикризисного сообщения, формы передачи антикризисного сообщения. Специфические барьеры антикризисных коммуникаций. Официальная информация и слухи в антикризисных коммуникациях.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.1.1 «Антикризисные коммуникации» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа:
занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий семинарского типа:
опросы, диспуты

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:
домашние задания

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Примерная тематика опросов и диспутов:

1. Что относится к нематериальным ресурсам управления организацией?
2. Как вы понимаете, что такое репутация предприятия в современных реалиях?
3. Перечислите основные группы корпоративной аудитории влияющей на репутацию фирмы?
4. Чем «репутация предприятия» отличается от «имиджа предприятия»?
5. Как формируется имидж предприятия?
6. Как имидж связан и фирменным стилем?
7. Дайте характеристику основным составляющим фирменного стиля?
8. В чем заключается сущность брендинга?
9. Что такое «бренд»? Как производится его оценка?
10. Каковы основные задачи антикризисного управления?
11. Что является основным инструментом кризис-менеджмента?

1. Целевые группы воздействия на общественное мнение.
2. Основные пути и средства влияния делового сообщества на власть.
3. Задачи PR-службы организации в антикризисном управлении.
4. Система PR-коммуникаций в условиях кризиса.
5. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.
6. Кризис как сигнал к изменению тактики PR-обеспечения бизнеса.
7. Планирование коммуникационного процесса на случай кризиса.

Примеры заданий.

- Применение креативных технологий в PR.
- Планирование коммуникационного процесса на случай кризиса.

ЗАДАНИЕ. Напишите эссе по гл. 6 книги А.Н. Чумикова и М.П. Бочарова «Паблик рилейшнз. Теория и практика». На основе анализа материалов специализированных СМИ и интернета проанализируйте факторы, оказывающие решающее воздействие на принятие решения о выборе определенного PR-агентства, установите критерии отбора с точки зрения задач и бюджета вашей организации. Сравните цены на предлагаемые PR-компаниями услуги.

- Общественное мнение как главный объект PR-деятельности.
- Кризис как сигнал к изменению тактики PR-обеспечения бизнеса.

ЗАДАНИЕ. Сделайте анализ PR-кампаний по продвижению круизных экскурсий
Кризисные коммуникации: сущность, причины, механизм, последствия. Сущность, виды и причины возникновения кризиса. Понятие репутации. Понятия и принципы

антикризисного PR Содержание антикризисных PR-коммуникаций. Практика антикризисного PR. Работа с внешней и внутренней аудиторией. Практика отношений со СМИ в антикризисном PR. Работы с имиджем организации и первого лица в период кризиса. Принципы и методы организации антикризисных коммуникаций. Проведения специальных мероприятий при взаимодействии со СМИ и общественностью. Особенности антикризисных коммуникаций в отечественной и зарубежной практике

- Экономическая оценка PR-проектов.
- Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.

ЗАДАНИЕ. Подготовить сценарий деловой игры «Создание PR-службы».

1. Студенты распределяются по группам 5-6 человек.
2. Группа выбирает вариант PR-структуры: отдел в фирме или корпорации, небольшое частное агентство, PR-департамент министерства или крупная сетевая PR-компания.
3. Описание функций и разработка организационной структуры.
4. Выступление и защита своего проекта: доклад, вопросы на уточнение, дискуссия, пожелание, рекомендации.
5. Подведение итогов. Оценка каждого предложения. Выбор лучшей презентации.

- Основные параметры оценки эффективности PR-акции.
- Система PR-коммуникаций в условиях кризиса.

ЗАДАНИЕ. Скомпонуйте хрестоматию газетных жанров «Идея, структура и композиция журналистского произведения». Подберите в газетах, журналах примеры из статьи/отчета/интервью/комментария/рецензии.

- Методы оценки PR-деятельности.
- Задачи PR-службы организации в антикризисном управлении.

ЗАДАНИЕ. Открывается новый магазин бытовой техники. Спланируйте ЗАДАНИЕ Определите действия специалиста по ПР, чтобы это событие нашло отражение в прессе (приоритетных для компании изданиях) и привлекло покупателей. Определите максимальное количество информационных выходов, сопровождающих указанное событие, а по возможности – их жанры. Разработайте три варианта действий, расположив их по порядку нарастания усилий и отдачи, определив примерный уровень затрат. Выберите оптимальный вариант. Представьте его «заказчику»/топ-менеджеру компании.

- Правовые основы связей с общественностью.
- Целевые группы воздействия на общественное мнение.

ЗАДАНИЕ. Подготовить эссе о предыстории развития PR и выдающихся деятелях (от античности до наших дней), успешно использовавших инструменты и технологии PR

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-1	Способность применять навыки оперативного	ПК ОС LA- 1.2	Способность осуществлять оперативное управление и оперативный контроль

	планирования и контроля в работе отделов рекламы и служб по связям с общественностью, направленных на повышение имиджа организации, на продвижение товаров и услуг на рынок и на оценку эффективности коммуникационных кампаний		рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
ПК ОС LA-7	Способность под контролем принимать участие подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК ОС LA-7.3	Способность подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий

Этап компетенции	**Показатели оценивания**	**Критерии оценивания**
2 этап (код этапа ПК ОС LA -1.2)	Способен выявлять требования целевых групп потребителей. Владеет методиками оценки эффективности рекламной кампании и мероприятий в сфере СО.	Студент демонстрирует умения работы в рекламных и PR-службах. Применяет навыки управления рекламной и PR-деятельностью
3 этап (код этапа ПК ОС LA-7.3)	Способен разрабатывать коммуникационные кампании и мероприятия Разрабатывает коммуникационные кампании и мероприятия Способен проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Под контролем разрабатывает коммуникационные кампании и мероприятия Использует разнообразные методы создания коммуникационных кампаний Применяет навыки организации мероприятий Выстраивает алгоритм проведения коммуникационной кампаний и мероприятий Четко соблюдает алгоритм проведения коммуникационной кампаний и мероприятий

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета с оценкой в форме устного ответа на

вопросы.

4.2.3. Типовые оценочные средства

Примерные вопросы для зачета:

1. Кризис организаций: сущность, виды и основные причины возникновения.
2. Распознавание кризисного состояния организации как задача принятия решения в условиях с риском. Основные этапы распознавания.
3. Теория и практика отечественного антикризисного PR.
4. Теория и практика зарубежного антикризисного PR.
5. Антикризисный PR: понятие, виды и принципы.
6. Этапы антикризисного PR и их содержание.
7.Типовой план антикризисного PR.
8. Организационные аспекты антикризисного PR: ответственные лица, структуры и планирование.
9. Особенности работы с различными заинтересованными сторонами в антикризисном PR.
10. Антикризисный PR в процедурах банкротства: содержательные и финансовые аспекты.
11. Репутация как основной экономический ресурс в период кризиса.
12. Работа с имиджем организации и первого лица в период кризиса.
13. Использование пресс-релизов в антикризисных коммуникациях.
14. Использование факт-листов, вопросов-ответов в антикризисных коммуникациях.
15. Использование пресс-конференции в антикризисных коммуникациях.
16. Антикризисные пресс-туры и брифинги при взаимодействии с журналистами.
17. Опишите особенности коммуникаций, используемых специалистами PR в условиях кризиса организации.
18. С какими коммуникационными проблемами, существующими внутри организации, сталкиваются специалисты по связям с общественностью?
19. От чего зависит эффективность коммуникаций внутри организации?
20. Как необходимо готовиться службы по связям с общественностью к кризису организации?
21. Какова, с позиции PR, типичная схема развития кризиса?
22. От чего зависит эффективность кризисных коммуникаций?
23. Назовите правила успешного управления кризисом, используемые отделами по связям с общественностью.

Шкала оценивания.

Знания, умения, навыки студента на зачете с оценкой оцениваются оценками:
«*отлично*» – 5,
«*хорошо*» – 4,
«*удовлетворительно*» – *3*,
«*неудовлетворительно*» – 2.
Положительными оценками являются: 3-5

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

5 «Отлично»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 86-100%
4 «Хорошо»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 70-85%
3 «Удовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-69%
2 «Неудовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

4.3. Методические материалы

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции ПК ОС LA – 1 и ПК ОС LA – 7 (Приложение 1 ОП ВО).

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС
http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС
(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf)

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

Дисциплина «Политические коммуникации» изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом с оценкой. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки в соответствии с этапами формирования компетенций.

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям

	студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.
Групповая дискуссия, диспут	Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на наиболее значимых аспектах. Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы. Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.

Темы для самостоятельного изучения. Виды и содержание самостоятельной работы.

1.Кризис и его роль в социально- экономических процессах. Превентивные механизмы нейтрализации начинающегося кризиса. Самостоятельное изучение учебного материала и подготовка устных ответов на контрольные вопросы.

2. Механизмы противодействия развивающемуся кризису. Антикризисные стратегии Самостоятельное изучение учебного и подготовка докладов для участия в дискуссии на семинаре.

3. Антикризисные механизмы санации. Слияния и поглощения Самостоятельная

проработка учебного материала и ответов на контрольные вопросы, подготовка докладов на семинар.
4. Нормативно-правовая основа банкротства. Институты Самостоятельная подготовка к семинарскому занятию по заданным антикризисного управления темам. 5.Судебные процедуры банкротства. Самостоятельное изучение учебного материала и подготовка письменных ответов на контрольные вопросы. Подготовка к контрольной работе
6. Управление персоналом в кризисной ситуации. Составить таблицу по направлениям развития персонала кризисного предприятия. Разработать мероприятия по стимулирования персонала кризисного предприятия
7.Социальное партнерство. Роль профсоюзов в антикризисном управлении Самостоятельная проработка учебного материала, написание докладов, участие в тематической дискуссии на семинаре.
8.Инновации в антикризисном управлении и риск-менеджмент Самостоятельная изучение темы, проработка тем для семинарского занятия

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ А.Н. Чумиков— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2013.— 172 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21054.html.— ЭБС «IPRbooks»

Голуб О.Ю. Теория коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ О.Ю. Голуб, С.В. Тихонова— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2011.— 338 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/644.html.— ЭБС «IPRbooks»

Антикризисное управление. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления/ В.Я. Захаров [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 304 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/7034.html.— ЭБС «IPRbooks»

Файншмидт Е.А. Антикризисный PR [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Е.А. Файншмидт, Т.В. Юрьева, Б.В. Кузнецов— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2010.— 118 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10609.html.— ЭБС «IPRbooks»

Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник/ Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 486 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/14342.html.— ЭБС «IPRbooks»

6.2. Дополнительная литература.

Шарков Ф.И. Коммуникология. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Ф.И. Шарков— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 488 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/4438.html.— ЭБС «IPRbooks»

Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях

с общественностью и журналистике [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ф.И. Шарков— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 334 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/5247.html.— ЭБС «IPRbooks»

Файншмидт Е.А. Зарубежная практика антикризисного управления [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Е.А. Файншмидт, Т.В. Юрьева— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2010.— 144 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10667.html.— ЭБС «IPRbooks»

Файншмидт Е.А. Практика антикризисного менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Е.А. Файншмидт, Т.В. Юрьева— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2010.— 164 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/11072.html.— ЭБС «IPRbooks»

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Чумиков А.Н. Антикризисные коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ А.Н. Чумиков— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2013.— 172 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21054.html.— ЭБС «IPRbooks»

6.4. Нормативные правовые документы.

1. Конституция Российской Федерации;
2. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»;
3. Федеральный закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации»
4. Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»
5. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

6.5. Интернет-ресурсы.

http://www.prguru.ru/?id_razdel=312 PR-тематический портал (Россия)

6.6. Иные источники.

Старых Н. В. Стратегические коммуникации: базовые принципы проектирования / Н. В. Старых // Вестник Московского университета, 2013. Сер. 10, Журналистика. - № 2. - С. 5-26. - (Реклама и связи с общественностью)

Беляев А.А. Коротков Э.М. Антикризисное управление Учебник. - 2-е изд. –Юнити - Дана, 2012. - 311 с.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специализированного оснащения для выполнения практических занятий и заданий не требуется.

Для реализации дисциплины необходимо следующее материально-техническое и программное обеспечение, включающее аудитории, программное обеспечение, технические средства:

- Аудитории со столами по количеству студентов, оборудованные экраном и проектором (допускается использование переносной/мобильной техники);
- Программное обеспечение Microsoft Word или аналог;
- MS PowerPoint или аналогичный редактор презентаций (допускается наличие в компьютерных классах при предоставлении доступа студентам по предварительному запросу).