

**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» мая 2019 г. № 9

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.ДВ.01.01 «Антикризисные коммуникации»
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности))

«Управление социальными коммуникациями» (Liberal Arts)

(направленность (профиль))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

2019

(год набора)

Москва, 2019 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.О.ДВ.01.01 «Антикризисные коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код этапа освоения компетенции | Наименование этапа освоения компетенции |
|-----------------|---|--------------------------------|---|
| ОПК-7 | Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ОПК 7.1 | Способность применять базовые знания в области политических или социальных теорий |
| ПКо ОС LA-1 | Способен самостоятельно организовывать свою деятельность и планировать деятельность организации | ПКо ОС LA -1.3 | Способность планирования деятельности и развития фирмы. |

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

| Код этапа освоения компетенции | Результаты обучения |
|--------------------------------|---|
| ОПК 7.1 | 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: - управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - разработки средств продвижения рекламного продукта; взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью; |

| | |
|----------------|--|
| | - навыками формирования имиджа в профессиональной деятельности: личного имиджа и имиджа организации; |
| ПКо ОС LA -1.3 | на уровне знаний: - закономерностей функционирования отдела по связям с общественностью на предприятиях, принципы организации и планирования деятельности структуры по рекламе и связям с общественностью; - места и роли моральных норм и кодексов профессионального поведения в деятельности специалистов по связям с общественностью; нравственный анализ межличностных отношений в области СО и их влиянии на результат деятельности; сущность, характер и взаимодействие правовых явлений, их взаимосвязь в целостной системе знаний и значение для реализации права в деятельности практика СО. |
| | на уровне умений: - осуществлять оперативное планирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; - осуществлять методологически обоснованный сбор информации; составлять медиапланы, опираясь на современные методики; составлять медиаплан на основе проведенных исследований по заданным параметрам; осуществлять медиапланирование рекламных кампаний на основе маркетинговых и социологических исследований применять основные методы; проведения исследований при составлении медиаплана. |
| | на уровне навыков: - навыками формирования имиджа в профессиональной деятельности: личного имиджа и имиджа организации; - навыками по организации и планированию деятельности структуры по рекламе и связям с общественностью. |

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.О.ДВ.01.01 «Антикризисные коммуникации», 4 курс, 7 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

— дисциплина реализуется после изучения: Б1.О.18 «Основы менеджмента», Б1.О.29 «Введение в рекламу», Б1.О.22 «История рекламы и публик рилейшнз», Б1.О.25 «Коммуникационный менеджмент», Б1.О.19 «Повседневность и социальные коммуникации», Б2.О.01(У) «Профессионально-ознакомительная практика», Б1.О.33 «Основы интегрированных коммуникаций», Б1.О.36 «Интернет-коммуникации».

3. Содержание и структура дисциплины

| № п/п | Наименование тем | Объем дисциплины (модуля), час. | Форма |
|-------|------------------|---------------------------------|-------|
|-------|------------------|---------------------------------|-------|

| Темы | (разделов), | | | | | | | текущего контроля успеваемости* *, промежуточно й аттестации*** |
|-----------------------------|--|--------|---|----------------|----------------|---------|--------|---|
| | | Всего | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | СР | |
| | | | Л/ЭО, ДОТ* | ЛР/ЭО, ДОТ* | ПЗ/ЭО, ДОТ* | КС Р | | |
| Очная форма обучения | | | | | | | | |
| 1 | Кризис-менеджмент. | 10/7,5 | | | 2/1,5 | | 10/7,5 | О, Д |
| 2 | Типология кризисов. Положительные аспекты кризисной ситуации. | 16/12 | | | 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 | 10/7,5 | | | 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. Особенности целевых аудиторий. | 4/3 | | | 2/1,5 | | 4/3 | О, Д, ДЗ |
| 7 | Работа с СМИ в кризисных ситуациях. «Черный» и «белый» PR. | 4/3 | | | 4/3 | | 4/3 | О, Д, ДЗ |
| 8 | Виды сопутствующих мероприятий при кризисном управлении | 4/3 | | | 2/1,5 | | 4/3 | О, Д |

| | | | | | | | | |
|--------------------------|---|-------|--|--|-------|--|-------|-----------------|
| 9 | Корпоративные извинения» компании. Коммуникации, направленные на восстановление имиджа предприятия. | 6/4,5 | | | 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.О.ДВ.01.01 «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 |
|-----------------|---|--------------------------------|---|
| ОПК-7 | Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ОПК 7.1 | Способность применять базовые знания в области политических или социальных теорий |
| ПКо ОС LA-1 | Способен самостоятельно организовывать свою деятельность и планировать деятельность организации | ПКо ОС LA -1.3 | Способность планирования деятельности и развития фирмы. |

| Этап компетенции | Показатели оценивания | Критерии оценивания |
|------------------|--|---|
| ОПК 7.1 | <p>Способен принимать на себя роль критика, оценивающего особенности группового взаимодействия /</p> <p>способен оценивать текущую повестку дня с использованием базовых политических теорий</p> | <p>Адекватно определяет, классифицирует и критически оценивает круг концептов и проблем, связанных с функционированием социальных групп и/или выстраиванием социальных взаимодействий /</p> <p>Адекватно использует политологическую терминологию, критически оценивает текущую повестку дня с использованием базовых политических теорий</p> |
| ПКО ОС LA - 1.3 | <p>Составляет стратегический и тактический планы организации деятельности фирмы</p> <p>Способен построить коммуникационную политику фирмы</p> | <p>Использует и применяет принципы, методы и инструментарий стратегического и тактического планирования коммуникаций</p> <p>Описывает/выстраивает алгоритм разработки коммуникационной политики фирмы</p> |

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 с оценкой:

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 – 81-100% |
| 4 «Хорошо» | Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 61-80% |
| 3 «Удовлетворительно» | Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 41-60% |
| 2 «Неудовлетворительно» | Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 40% |

4.3. Методические материалы

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 «Аналитические 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 | <p>На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники.</p> <p>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.</p> |
| Групповая дискуссия, диспут | <p>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.</p> <p>Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>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.</p> |
|--|--|

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 стимулированию 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. Самостоятельное 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).