


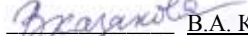


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»


Т.Д. Лыкова
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ
Директор Департамента коммуникаций и медиа


В.А. Казакова
(подпись) (ФИО.)

«11» июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Антикризисные коммуникации

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма подготовки очная

курс 3,4 семестр 6,7

лекции 54 час

практические занятия 72 час.

лабораторные занятия - не предусмотрено

в том числе с использованием МАО лек. 0 час. / пр. 18 час./

всего часов аудиторной нагрузки 126 час.

в том числе с использованием МАО 18 час.

самостоятельная работа 126 час.

в том числе на подготовку к экзамену – не предусмотрено

контрольные работы (количество)

курсовая работа/курсовой проект - не предусмотрено

зачет 6 семестр

экзамен – 7 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 10 от «10» июня 2019 г.

Директор департамента: канд. полит.наук, В.А. Казакова

Составитель: старший преподаватель Л. Ю. Григорьева

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Директор департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Директор департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Антикризисные коммуникации» предназначена для студентов 6-го и 7-го семестров, соответственно третьего, четвертого курсов обучения по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» и относится к базовому блоку дисциплин - Б1.Б.23.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (54 часа), практические занятия (72 часа), самостоятельная работа студента (126). Дисциплина реализуется на 3-ем и 4-ом курсе в 6-ом и 7-ом семестре.

Связь курса с другими дисциплинами. Дисциплина предполагает профессиональное освоение таких дисциплин как: «Теория и практика управления рекламной и PR-деятельности», «Основы нормативного регулирования рекламной и PR деятельности», «Технологии управления общественным мнением в рекламе и связях с общественностью», «Имиджелогия», «Консалтинг в связях с общественностью и рекламной деятельности», «Психология рекламной и PR-деятельности», «Современная пресс-служба» и ряда других.

Курс «Антикризисные коммуникации» адресованный бакалаврам, ориентирован на развитие личностных и общепрофессиональных качеств у обучающихся. В данной программе заложены определённые дидактические и мировоззренческие цели такие как: ознакомить студентов с современным состоянием коммуникационных процессов; сформировать личную заинтересованность студентов в овладении знаниями в области антикризисных коммуникаций; овладении компетенциями, позволяющими эффективно выстраивать коммуникации в области рекламы и связей с общественностью и контакты со СМИ в условиях различных кризисных ситуаций.

Дисциплина «Антикризисные коммуникации», адресованная бакалаврам, предлагает концептуальное осмысление современных технологий рекламы и связей с общественностью в антикризисном управлении в различных сферах жизнедеятельности общества, с учетом характеристик разнообразных медиа коммуникаций и кумулятивными коммуникативными эффектами в целевых группах общественности. Одновременно с аналитическим и концептуальным обоснованием, данный курс дисциплины является практико-ориентированным.

Особенности построения и содержания данного курса. Отличительной особенностью этого курса является системообразующий подход к разнообразным концептуальным и прикладным аспектам антикризисных коммуникаций. Построение и содержание данного курса отражает логику практического освоения изучаемого материала от общих основ и закономерностей управления кризисными ситуациями к изучению в локальных сферах применения; от классических примеров мировых лидеров в области управления кризисом к современным тенденциям антикризисных стратегий коммуникации, освоение инновационных технологий профилактики кризисных ситуаций. Большое внимание уделяется актуальным примерам разрешения кризисных ситуаций в Российской Федерации и на территории Приморского края.

Задачи дисциплины обусловлены целями ее изучения и ориентированы на решение следующих направлений профессиональной реализации деятельности:

- организационно-управленческой: планирование и организация системы рекламных и пиар-коммуникаций, проведение мероприятий по выходу из кризисных ситуаций.

- коммуникационной: руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий; формирование стратегий, определение целей, разработка программ и

проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, связанных с урегулированием кризисных ситуаций.

– проектной разработка креативных и стратегических концепций урегулирования кризисов с привлечением средств массовой информации.

– информационно-аналитической и прогнозно-аналитической: руководство подготовкой количественных и качественных исследований; анализ и интерпретация первичной и вторичной информации; подготовка обзоров и прогнозов по развитию кризисных ситуаций и выходу из них.

– научно-исследовательской и педагогической: выявления тенденций, динамики процессов и инновационных явлений, разработка концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований и методических разработок в области управления кризисами с применением форм и методов рекламы и связей с общественностью.

Курс состоит из двух модулей.

Цель модуля «Антикризисные коммуникации: типология, структура, динамика кризисных ситуаций» состоит в изучении типологических, структурных, динамических аспектов кризисных ситуаций в современных коммуникационных практиках в различных сферах жизнедеятельности общества.

Цель второго модуля «Технологии антикризисной коммуникации в различных сферах бизнеса, государства и общества» заключается в изучении закономерностей осуществления кампании, оперативного мониторинга и контроля результатов и коммуникативной эффективности.

Для успешного изучения дисциплины «Антикризисные коммуникации» у студентов должны быть сформированы соответствующие компетенции:

– способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;

- способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;
- обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами;
- способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы.

Задачи дисциплины:

- освоить теоретические основы антикризисных коммуникаций;
- овладеть методами выявления и нейтрализации барьеров в коммуникациях со СМИ в период кризисов;
- обрести умения выстраивать эффективные коммуникации, направленные на выход из кризиса субъекта деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью
- дать студентам систематические знания об основных проблемах современных коммуникаций с прессой в кризисных ситуациях;
- дать студентам представление о месте современных антикризисных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью;
- сформировать у студентов понимание коммуникативной специфики антикризисных коммуникаций;
- дать студентам представление об основных практиках типового выхода из кризисных ситуаций с использованием рекламы и связей с общественностью;
- научить студентов видеть влияние различных обстоятельств социокультурной жизни общества, а также политических и экономических факторов на возникновение и развитие кризисов;

Изучение дисциплины «Антикризисные коммуникации» обеспечивает формирование профессиональных компетенций:

ОК – 2 готовностью интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР

ОПК – 4 – умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.

Формирования данной компетенций предполагает ряд основных этапов.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-4 – умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знает	понятийный аппарат дисциплины, структуру, направления деятельности, основные задачи, тенденции развития профессиональных обязанностей в сфере связей с общественностью
	Умеет	применять на практике и самостоятельно анализировать материал по курсу, выявлять наиболее эффективные, инновационные технологии в области связей с общественностью
	Владеет	понятийно-категориальным аппаратом, методами планирования и технологиями осуществления профессиональных функций в области связей с общественностью в различных структурах
ОК-2 - готовностью интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР	Знает	понятийный аппарат дисциплины, структуру, направления деятельности антикризисных коммуникаций в различных сферах жизнедеятельности общества, основные задачи, тенденции развития профессиональных обязанностей в сфере антикризисных коммуникаций
	Умеет	применять на практике и самостоятельно анализировать материал по курсу, выявлять прогнозировать риски и кризисы в различных сферах жизнедеятельности общества и государства; - применять наиболее эффективные технологии антикризисных коммуникаций в соответствии с показателями анализа ситуационных факторов и контекстов
	Владеет	Навыками прогнозирования, организации антикризисных коммуникаций в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Антикризисные коммуникации» применяется ряд методов активного обучения и интерактивных взаимодействий, включающих: лекцию-беседу, лекцию-дискуссию, деловые игры, групповые дискуссии.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

(54 ч. лекционных занятий)

Модуль 1. «Антикризисные коммуникации: типология, структура, динамика кризисных ситуаций» (18 часов)

Тема 1. Антикризисные коммуникации: основные виды и типология кризисов (2 часа)

Краткое содержание темы 1. Сущность, цели и функции антикризисных коммуникаций в современном обществе. Этапы АКК. Виды и типология кризисов. Примеры разных типологических кризисов и их решений в технологиях антикризисных коммуникаций.

Причины, симптомы, стадии - прогнозирование кризисной ситуации или конфликта. Конструктивные функции кризиса (конфликта).

Тема 2. Прогнозирование как необходимый этап антикризисной коммуникации (4 часа)

Краткое содержание темы 2. Причины, симптомы, стадии - диагностика кризиса. Консалтинг в условиях кризиса ЖЦ организации. Типология кризисных ситуаций внутри организации.

Жизненный цикл развития организации, коммуникация в условиях кризиса ЖЦ организации. Типичные ошибки в кризисных ситуациях ЖЦ организаций.

Тема 3. Антикризисный мониторинг (4 часа)

Краткое содержание темы 3. Повседневный PR как антикризисное средство. Технологии предотвращения экстремальных ситуаций: внутренние, внешние факторы и ЖЦ организации.

Меры антикризисной профилактики, предпринимаемые в рамках общего менеджмента. (Методика Х.М. Рамперсада). Кадровая политика и её технологизация.

Тема 4. Качественные искажения восприятия в условиях кризиса (2 часа)

Краткое содержание темы 4. Поддержание и коррекция имиджа: оперативное реагирование на события; мониторинг событий и защита имиджа от внешних воздействий. Качественные искажения восприятия в условиях кризиса или конфликта.

Тема 5. Критерии для оценки и контроля зарождающегося кризиса (4 часа)

Краткое содержание темы 5. Контроль коммуникативных каналов. Антикризисный мониторинг: наиболее важные критерии для оптимальной оценки зарождающегося кризиса. ЦА антикризисных коммуникаций.

Репутационный анализ организации в социальных медиа: модель, критерии, ЦА, возможности технологий АКК. Управление имиджем и брендом корпорации как активом на рынке в-2-в: модель, критерии, ЦА, возможности технологий АКК.

Основные особенности урегулирования кризисов в бизнесе. Зависимость структурных особенностей и развития кризиса от вида бизнеса.

Тема 6. Технологии антикризисной коммуникации и антикризисные стратегии управления организацией (2 часа)

Краткое содержание темы 6. Команда по управлению КС (КУКС): основные рекомендации; 10-ти балльная шкала оценки областей КС; Реализация необходимых мероприятий КУКС; Основные темы пресс-релизов в КС организации. Содержание планов антикризисного PR для внешних и внутренних аудиторий. Общие рекомендации КУКС для подготовки к кризису.

Модуль 2. Технологии антикризисной коммуникации в различных сферах бизнеса, государства и общества (36 часов).

Тема 7. Технологии эффективных коммуникаций с целевыми аудиториями во время и после кризиса (6 часа)

Краткое содержание темы 7. Коммуникация с аудиториями во время и после кризиса. Основные социально-психологические принципы взаимодействия с целевыми аудиториями. Принципы АКК во время кризиса: оперативность, ответственность, результативность (два кейса: «Тайленол» J&J, 1982 и «шприц в банке» Pepsi-Cola, 1993).

Условия эффективной персонификации при АКК. Слухи как коммуникативный феномен: коммуникативная ценность и социальные механизмы; Искажения в процессе циркуляции слухов; фундаментальные и сопутствующие факторы возникновения слуха;

Профилактика слухоустойчивой среды во время и после кризиса. Содержание слухов как критерий управления общественным мнением. АК технологии в противодействие распространения слухов во время и после кризиса. Обратная связь с целевыми аудиториями во время и после кризиса: оперативность, ответственность, результативность. АКК и управление слухами на примере Содружества Багамских Островов.

Тема 8. СМИ как агент антикризисных коммуникаций (4 часа)

Краткое содержание темы 8. Проектирование работы организации в условиях кризиса. Принципы взаимоотношений со СМИ. Антикризисная стратегия, отличия от коммуникации в обычном режиме, её влияние на взаимодействие со СМИ. Принцип определения ключевых ЦА (на примере кейса АКК международной нефтяной компании LASMO 1980-х)

Основные проблемы взаимодействия с печатными и электронными СМИ. Практические рекомендации АКК по взаимоотношению со СМИ.

Тема 9. АКК в Интернете (4 часа)

Краткое содержание темы 9. Специфика новых медиа в контексте антикризисной стратегии. Три типа кризисов в социальных медиа и ситуация паракризиса. Кризисные кейсы H&M (2018), D&G (2018), Facebook (2018). Докризисный, во время кризиса и пост-кризисный этапы управления коммуникацией. Кейсы «Кинопоиска»(2013-2015) и Yota (2016 -2018). Анализ антикризисной коммуникации компании British Petroleum аварии 20 апреля

2010 года: адекватные и неадекватные технологии реагирования в СМИ и Интернете.

Тема 10. Антикризисные коммуникации в политике и органах государственной власти (6 час.)

Краткое содержание темы 10. Ключевые задачи и направления пресслужбы органов власти в докризисный период. Требования к службе СО в работе со СМИ и Интернет-коммуникациями. Специфика репутационных угроз КК в органах власти.

Типология кризисов (Э. Карантелли) в зависимости от социальной реакции, которую они провоцируют: конфликтные, консенсусные. Полемогенные кризисы. Две модели АКК в органах власти. Задача органов государственной власти. Две формы участия граждан.

Кризисные коммуникации органов государственной власти в условиях природной катастрофы. АК стратегии: отрицания, уменьшения, восстановления, «усиления». Рекомендации по использованию АКК органов государственной власти по кейсу Е.В. Акимович.

Тема 11. Антикризисные коммуникации избирательных кампаний (4 часа)

Краткое содержание темы 11. Подготовка к АКК избирательных кампаний. Алгоритмы поведения избирательных комиссий в кризисных и конфликтных ситуациях. Стратегии избирательной кампании кандидата. Стратегии АКК первых лиц государства в избирательном процессе.

Тема 12. Антикризисные коммуникации в сфере G2B. (4 часа)

Краткое содержание темы 12. Теория АКК в сфере бизнес-коммуникаций. Антикризисные коммуникации в сфере государство-бизнес, государственных корпораций. Практика АКК.

Искусственно сконструированные кризисы в кампаниях PR.

Тема 13. Антикризисные коммуникации общественных организаций и объединений. (4 часа)

Краткое содержание темы 13. Антикризисные коммуникации в общественных организациях и неправительственном секторе. Практика АКК в формировании гражданских инициатив.

Тема 14. Антикризисные коммуникации в общественных организациях и неправительственном секторе (2 час.)

Кризисы в общественных организациях. Кризисы в профсоюзах. Кризисы в общественных объединениях и структурах гражданского общества. Основные принципы реагирования и минимизации последствий.

Тема 15. Этические принципы деятельности PR в условиях антикризисных коммуникаций (2 час.)

Краткое содержание темы 15. Этические принципы деятельности связей с общественностью в условиях антикризисных коммуникаций. Профессиональные кодексы. Проблематика этичности в коммуникации. Медиация.

**II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ
КУРСА**

(72 часа)

Занятие 1, 2, 3, 4, 5, 6. Основы антикризисных коммуникаций (12 часов)

1. Основные определения и признаки кризисов;
2. Виды и типология кризисов;
3. Влияние жизненного цикла организации на формирование кризисной ситуации.

Форма проведения занятий 1 -6: семинар-дискуссия.

Занятие 7, 8, 9, 10, 11, 12. Принципы формирования антикризисной стратегии (12 часов)

1. Основные этапы реагирования на кризис,
2. принципы антикризисных действий;

3. Основные принципы выбора стратегии антикризисных действий компании.

Форма проведения занятий 7 -12: решение кейсов актуальных кризисных ситуаций российских организаций (авиaperевозки, банковские услуги, сетевые ритейлеры).

Занятие 13, 14, 15, 16, 17, 18. Формы и методы работы со СМИ в кризисных ситуациях (12 часов)

1. Особенности профессиональной коммуникации с журналистами в кризисных ситуациях;

2. Использование разнообразных форматов работы со СМИ в рамках кризисов.

Форма проведения занятий 13 -18: решение кейсов актуальных кризисных ситуаций известных международных организаций.

Занятие 19, 20, 21, 22, 23, 24. Антикризисные коммуникации в корпоративной политике компании (12 часов)

1. Необходимые навыки к успешной деятельности в рамках антикризисных действий в коллективе;

2. Работа с персоналом в кризисных ситуациях – основы антикризисного PR.

Форма проведения занятий 19 – 24: решение кейсов актуальных кризисных ситуаций международных и российских организаций

Занятие 25, 26, 27, 28, 29, 30. Антикризисные коммуникации органов власти и государственных институтов. (12 часов)

1. Практика АКК в кризисных ситуациях органов власти;

2. Практика АКК в кризисных ситуациях государственных институтов;

3. Профилактика и практика АКК в кризисных ситуациях избирательных комиссий.

Форма проведения занятий 25 – 30: решение кейсов актуальных кризисных ситуаций государственных, правительственных российских организаций, и их первых лиц.

Занятие 31, 32, 33, 34, 35, 36. Антикризисные коммуникации в общественных организациях и неправительственном секторе (12 часов)

1. Практика АКК в формировании гражданских инициатив.

Форма проведения занятий 31 – 36: решение кейсов актуальных кризисных ситуаций общественных и неправительственных российских организаций.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Антикризисные коммуникации» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Модуль 1. «Антикризисные коммуникации: типология, структура, динамика кризисных ситуаций» Темы 1 – 6.	ОК-2 ОПК-4	Знает: содержание и особенности процесса формирования пула антикризисных коммуникаций, особенностей подобных информационных стратегий. - структуру и основные типологии кризисов, общие закономерности	УО-1, УО-3, ПР-1, (Подготовка к практическим занятиям, подготовка и публичная защита реферата, доклада, эссе).	УО-1 (устный опрос – зачет. Вопросы к зачету № 1 - 28)

		<p>формирования различных типов антикризисных стратегий, методик разработки типологий и классификаций участия в урегулировании кризисов;</p> <p>- основные подходы и концепции объяснения антикризисных стратегий, результативности и границ влияния антикризисных мер на урегулирование кризисов</p> <p>Умеет применять: классифицировать и различать различные виды антикризисных коммуникаций, выявлять и использовать на практике закономерности использования антикризисных коммуникаций для урегулирования тех или иных проблем.</p> <p>- использовать в практической деятельности типологии кризисов и антикризисных стратегий, методики разработки классификаций, в том числе с учетом объективных и субъективных показателей.</p> <p>- применять методики и техники выявления факторов, определяющих уровень участия в урегулировании кризисов, оценки результативности и границ антикризисной деятельности в области рекламы и связей с общественностью,</p> <p>Владеет навыками анализа различных форм и видов антикризисных коммуникаций и возможностями их практического</p>		
--	--	---	--	--

			<p>использования.</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки классификационных и типологических схем, позволяющих определять выявлять и систематизировать различные типы кризисов; - навыками определения и оценки результативности и границ влияния антикризисной стратегии на процесс урегулирования кризиса и минимизацию его последствий. 		
2	<p>Модуль 2. Технологии антикризисной коммуникации в различных сферах бизнеса, государства и общества. Темы 7 - 14.</p>	<p>ОК-2 ОПК-4</p>	<p>Знает: основные подходы к трактовке проблемы взаимодействия с участием средств массовой информации в периоды кризисов с целью формирования антикризисных программ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - составляющие влияния сети Интернет на общество, его особенности и ключевые черты, поведение и мотивации пользователей такой сети, их участия, конвенциональные и неконвенциональные формы использования сети Интернет в вопросах урегулирования кризисных ситуаций; - основные подходы в исследованиях антикризисных коммуникаций в органах государственной власти различного уровня, их анализа и практического применения; - российский опыт использования антикризисных коммуникаций: - в бизнесе, различных сферах хозяйственной деятельности, 	<p>УО-1, УО-3, ПР-1, (Подготовка к практическим занятиям, подготовка и публичная защита реферата, доклада, эссе).</p>	<p>УО-1 (устный опрос – зачет. Вопросы к зачету № 29 - 52)</p>

		<p>- в сфере государственных институтов и органов власти;</p> <p>- в сфере политических коммуникаций;</p> <p>- в сфере некоммерческих и гражданских сообществ.</p> <p>Умеет критически выбрать наиболее пригодные методы разработки проблематики использования СМИ в рамках антикризисной стратегии компании с целью максимально высокой антикризисной активности в рамках стратегии деятельности того или иного вида хозяйствования или управления;</p> <p>- определять и классифицировать психологические составляющие и мотивации использования ресурсов сети Интернет в стратегии антикризисных действий, определять наиболее перспективные направления антикризисных действий с использованием ресурсов и сайтов сети Интернет;</p> <p>- использовать различные классические и современные подходы в исследованиях использования антикризисных коммуникаций в органах государственной власти и органах местного самоуправления;</p> <p>- квалифицированно и последовательно анализировать формы и методы использования АКК в бизнес-деятельности в современных российских реалиях, в том числе в</p>		
--	--	---	--	--

			<p>условиях экономической рецессии и финансового кризиса;</p> <p>-</p>		
			<p>Владеет навыками анализа и концептуализации основных антикризисных действий в различных сферах человеческой деятельности, при этом основную роль играет реальное положение медиа-пула и его доступность при урегулировании разнообразных кризисных ситуаций;</p> <p>- методами проектирования антикризисных стратегий и стратегий антикризисных действий, ориентированных на российский бизнес, при этом способен использовать методы оптимизации использования антикризисных стратегий.</p>		

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить

исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/catalog/product/371726>
2. Связи с общественностью в органах власти: Учебник / А.А. Марков. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 190 с. <http://znanium.com/catalog/product/368021>
3. Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. <http://znanium.com/catalog/product/505002>

Дополнительная литература

(электронные и печатные издания)

4. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, "Издательство Шаркова", 2017. - 270 с. <http://znanium.com/catalog/product/327924>
5. Китчен Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика // Учебное пособие для вузов. - ЮНИТИ-ДАНА, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/52532.html>
6. Скрипникова Н.Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations / Теоретические брифы. Учебное пособие. - Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/59126.html>
7. PR: методы работы со средствами массовой информации: Учебное пособие / Мандель Б.Р. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 208 с. <http://znanium.com/catalog/product/769194>
8. Протасова О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова. — Электрон. текстовые данные. —

Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 80 с. <http://www.iprbookshop.ru/64567.html>

9. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике / Осипова Е.А. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 128 с. <http://znanium.com/catalog/product/523515>

10. Тавокин, Е. П. Исследование социально-экономических и политических процессов: Учебное пособие / Е.П. Тавокин. - 2-е изд., перер. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 216 с. <http://www.znanium.com/bookread.php?book=453621>

11. Фирсова, А. А. Антикризисное управление [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. А. Фирсова. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2013. – 179 с. - ISBN 978-5-9765-1321-1 Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=458062>

12. Бердников И. П. PR-коммуникации : практическое пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. - М., 2010. - 208 с. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:296136&theme=FEFU>

13. PR и продвижение в маркетинге : коммуникации и воздействие, технологии и психология : учебное пособие / М. Р. Душкина. – СПб., 2010. - 560 с. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:418820&theme=FEFU>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Антикризисные коммуникации» основывается на следующей логической основе. Вся основная теоретическая база излагается на лекциях; для усвоения материала студентам предлагается и самостоятельное изучение теоретического материала.

Для более глубокой проработки отдельных тем дисциплины в начале 6 – ого и 7 – ого семестра предлагается список тем для подготовки реферата, доклада или эссе. Студент выбирает тему и самостоятельно в течение семестра готовит письменную работу, которую защищает в конце семестра.

Реферат готовится в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению рефератов. Преподаватель контролирует результат индивидуальным собеседованием с проверкой письменной работы (реферата) по каждой теме самостоятельной работы.

Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими занятиями, на которых магистры анализируют теоретические и практические аспекты изучаемых тем, отвечают на поставленные вопросы, определяют проблемные области исследуемых тем и затем, в групповых обсуждениях и дискуссиях, аргументированно и всесторонне защищают те или иные положения. В течение семестра каждый обучающийся должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

Во второй половине семестра (6–ого и 7–ого) студенту предлагается самостоятельно подготовиться к тестированию. С этой целью ему необходимо проработать информацию, используя все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников для формирования собственных ответов. В конце 6–ого семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации - сдаче зачета, а в конце 7–ого семестра – к сдаче экзамена, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к зачету и к экзамену, соответственно. Зачет 6–ого семестра и экзамен 7–ого семестра по дисциплине «Антикризисные коммуникации» выставляется в общей совокупности всех работ с учетом выполненной самостоятельной работы, зачетных результатов тестирования и реферата.

VI. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Microsoft Office Professional Plus 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.);

7Zip 9.20 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Антикризисные коммуникации» существует следующее материально-техническое обеспечение:

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 204(302)

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине «Антикризисные коммуникации»

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма подготовки очная**

**Владивосток
2018**

**План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине
«Антикризисные коммуникации»**

№ п/п	Дата/сроки Выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	27.02 – 28.06	Подготовка к практическому занятию	18 час.	Работа на практических занятиях
2	27.02 – 28.06	Подготовка мультимедийной презентации (домашнее задание)	4 час.	Защита мультимедийной презентации
3.	27.02 – 28.06	Подготовка письменной работы (реферат)	10 час.	Защита реферата /доклада / эссе
4.	27.02 – 28.06	Подготовка письменной работы (доклад или эссе)	5/5 час.	Защита реферата /доклада / эссе
5.	20.06 – 28.06	Подготовка к тестированию	3 час.	Тестирование в системе Blackboard
6.	20.06 – 28.06	Подготовка к зачету	12 час.	Устный опрос (зачет)
7.	18.09 – 14.01	Подготовка к практическому занятию	27 час.	Работа на практических занятиях
8.	18.09 – 14.01	Подготовка мультимедийной презентации (домашнее задание)	4 час.	Защита мультимедийной презентации
9.	18.09 – 14.01	Курсовая работа: выбор темы, подбор теоретических источников, методологии и методов исследования, технологии проектирования антикризисных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью	28 час.	Текст курсовой работы соответствующий регламентам оформления письменных работ ДВФУ, подготовка мультимедийной презентации и публичная защита в аудитории.
10.	10.01 – 14.01	Подготовка к тестированию	3 час.	Тестирование в системе Blackboard
11.	10.01 – 14.01	Подготовка к экзамену	12 час.	Экзамен

Самостоятельная работа состоит из следующих компонент:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме семинара: выполнение домашних заданий.

2. Подготовка реферата по темам, сформулированным преподавателем, либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).

3. Подготовка курсовой работы по теме, сформулированной преподавателем или по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).

4. Подготовка к тестированию теста.

Задания и литература для самостоятельной работы

Тема 1. Антикризисные коммуникации: основные виды и типология кризисов.

- 1) Причины, симптомы, стадии - прогнозирование кризисной ситуации или конфликта.
- 2) Конструктивные функции кризиса (конфликта).

Литература:

Учебная литература и монографии:

1. Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/catalog/product/371726>
2. Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. <http://znanium.com/catalog/product/505002>

Статьи в периодических изданиях:

3. Ланина Т. М. Общественные связи в аспекте социосинергетики // Молодой ученый. — 2009. — №9. — С. 92-95. — URL <https://moluch.ru/archive/9/551/>

4. Ягодзинский С. Н. Социальное доверие как условие самоорганизации информационных сетей // Молодой ученый. — 2015. — №10. — С. 1534-1538. — URL <https://moluch.ru/archive/90/19088/>

Тема 2. Прогнозирование как необходимый этап антикризисной коммуникации

1. Диагностика кризиса.
2. Консалтинг в условиях кризиса ЖЦ организации.
3. Типология кризисных ситуаций внутри организации.
4. Жизненный цикл развития организации, коммуникация в условиях кризиса ЖЦ организации.
5. Типичные ошибки в кризисных ситуациях ЖЦ организаций.

Литература:

Учебная литература и монографии:

1. Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/catalog/product/371726>
2. Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. <http://znanium.com/catalog/product/505002>

Статьи в периодических изданиях:

3. Хилл А. Кризисные ситуации : как подготовиться // Советник, 2008. – № 6. – С. 10-12. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:591485&theme=FEFU>
4. Владимирова С. Неотложный PR // Советник, 2008. – № 11. – С. 22- 24. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:591613&theme=FEFU>
5. Кошелюк М. Страховой полис для имиджа, или Антикризисная составляющая регионального PR // Советник, 2004. – № 6. – С. 31 – 32. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:447548&theme=FEFU>

Тема 3. Антикризисный мониторинг

1. Повседневный PR как антикризисное средство.
2. Технологии предотвращения экстремальных ситуаций.
3. Внутренние, внешние факторы и ЖЦ организации в профилактике кризисных ситуаций.

Литература:

Учебная литература и монографии:

- 1.Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/catalog/product/371726>
- 2.Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. <http://znanium.com/catalog/product/505002>
3. Рамперсад Х.М. Общее управление качеством: личностные и организационные изменения / Пер. с англ. Е. Пестеревой. — М.: ОлимпБизнес, 2005.

Статьи в периодических изданиях:

4. Сахарова Е. М. Анализ текущего состояния системы управления брендами и общего маркетингового потенциала организации на примере ООО «АПК «Стойленская нива» (Часть 2)// Бренд-менеджмент, 2012. - №06(67). – С.356 – 373.

Тема 4. Качественные искажения восприятия в условиях кризиса

1. Технологии поддержания и коррекции имиджа в условиях кризиса;
2. Оперативное реагирование на события;
3. Мониторинг событий и защита имиджа от внешних воздействий.
4. Качественные искажения восприятия в условиях кризиса или конфликта.

Литература:

Учебная литература и монографии:

- 1.Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ

Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/catalog/product/371726>

2.Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. <http://znanium.com/catalog/product/505002>

Тема 5. Критерии для оценки и контроля зарождающегося кризиса

- 1.Контроль коммуникативных каналов.
2. Антикризисный мониторинг: наиболее важные критерии для оптимальной оценки зарождающегося кризиса.
3. ЦА антикризисных коммуникаций.
4. Репутационный анализ организации в социальных медиа: модель, критерии, ЦА, возможности технологий АКК.
5. Основные особенности урегулирования кризисов в бизнесе.
6. Зависимость структурных особенностей и развития кризиса от вида бизнеса.

Литература:

Учебная литература и монографии:

1.Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/catalog/product/371726>

2.Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. <http://znanium.com/catalog/product/505002>

4. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.:Дашков и К, "Издательство Шаркова", 2017. - 270 с. <http://znanium.com/catalog/product/327924>

5. Китчен Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика //Учебное пособие для вузов. - ЮНИТИ-ДАНА, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/52532.html>

6. Скрипникова Н.Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations /

Теоретические брифы. Учебное пособие. - Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015.
<http://www.iprbookshop.ru/59126.html>

Тема 6. Технологии антикризисной коммуникации и антикризисные стратегии управления организацией

1. Команда по управлению КС (КУКС): основные рекомендации;
2. Реализация необходимых мероприятий КУКС;
3. Основные темы пресс-релизов в КС организации.
4. Содержание планов антикризисного PR для внешних и внутренних аудиторий.
5. Общие рекомендации КУКС для подготовки к кризису.

Литература:

Учебная литература и монографии:

1. Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/catalog/product/371726>
2. Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. <http://znanium.com/catalog/product/505002>

Тема 7. Технологии эффективных коммуникаций с целевыми аудиториями во время и после кризиса

1. Основные социально-психологические принципы взаимодействия с целевыми аудиториями.
2. Принципы АКК во время кризиса: оперативность, ответственность, результативность.
3. Условия эффективной персонификации при АКК.
4. АК технологии в противодействие распространения слухов во время и после кризиса.
5. Обратная связь с целевыми аудиториями во время и после кризиса.

Литература:

Учебная литература и монографии:

- 1.Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/catalog/product/371726>
- 2.Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. <http://znanium.com/catalog/product/505002>
3. Назаретян А. П. Психология стихийного массового поведения: толпа, слухи, политические и рекламные кампании: Учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений. – 2-е изд. – М.: Академия, 2005. – 160 с.
4. Ольшанский Д.В. Психология масс. – СПб.: Питер, 2002. – 368 с.

Тема 8. СМИ как агент антикризисных коммуникаций

1. Проектирование работы организации в условиях кризиса.
2. Принципы взаимоотношений со СМИ.
3. Принцип определения ключевых ЦА.
4. Основные проблемы взаимодействия с печатными и электронными СМИ.
5. Практические рекомендации АКК по взаимоотношению со СМИ.

Литература:

Учебная литература и монографии:

- 1.Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/catalog/product/371726>
- 2.Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. <http://znanium.com/catalog/product/505002>

Тема 9. АКК в Интернете

1. Специфика новых медиа в контексте антикризисной стратегии.
2. Три типа кризисов в социальных медиа и ситуация паракризиса.
3. Докризисный, во время кризиса и пост-кризисный этапы управления коммуникацией.

Статьи в периодических изданиях:

1. Сахарова Е. М. Анализ текущего состояния системы управления брендами и общего маркетингового потенциала организации на примере ООО «АПК «Стойленская нива» (Часть 2) // Бренд-менеджмент, 2012. - №06(67). – С.356 – 373.
2. Никитас Д.В. Репутационный анализ фирмы в социальных медиа // Интернет-маркетинг, 2014. - № 2 (80). – С. 84 – 96.

Тема 10. Антикризисные коммуникации в политике и органах государственной власти

1. Ключевые задачи и направления пресс-службы органов власти в докризисный период.
2. Требования к службе СО в работе со СМИ и Интернет-коммуникациями.
3. Специфика репутационных угроз КК в органах власти.
4. Рекомендации по использованию АКК органов государственной власти по кейсу Е.В. Акимович.

Литература:

Учебная литература и монографии:

1. Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/catalog/product/371726>
2. Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. <http://znanium.com/catalog/product/505002>

3.Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.:Дашков и К, "Издательство Шаркова", 2017. - 270 с. <http://znanium.com/catalog/product/327924>

4.Китчен Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика //Учебное пособие для вузов. - ЮНИТИ-ДАНА, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/52532.html>

5.Скрипникова Н.Н. Реклама. Консалтинг. Public Relations / Теоретические брифы. Учебное пособие. - Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. <http://www.iprbookshop.ru/59126.html>

Тема 11. Антикризисные коммуникации избирательных кампаний

1.Подготовка к АКК избирательных кампаний.

2. Алгоритмы поведения избирательных комиссий в кризисных и конфликтных ситуациях.

3. Стратегии избирательной кампании кандидата. Стратегии АКК первых лиц государства в избирательном процессе.

Литература:

Учебная литература и монографии:

1.Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/catalog/product/371726>

2.Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. <http://znanium.com/catalog/product/505002>

3. Ханов Г.Г., Косоруков А.В., Александрова О.Ю. Связи с общественностью в деятельности избирательных комиссий. - М.: РЦОИТ, 2002. - 112 с.

Тема 12. Антикризисные коммуникации в сфере G2B

1. Антикризисные коммуникации в сфере государство-бизнес, государственных корпораций.

2. Практика АКК.

Литература:

Учебная литература и монографии:

- 1.Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/catalog/product/371726>
- 2.Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. <http://znanium.com/catalog/product/505002>
3. Голуб О.Ю. Управление кризисными организационными коммуникациями: теоретические основания изучения [Электронный ресурс].
4. Грызунова Е.А. Модели кризисных коммуникаций и управления информацией в работе органов государственной власти [Электронный ресурс].
5. Гавра Д.П. К переосмыслению категории кризисной коммуникации // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике: матер. междунар. науч. конф. СПб: Свое издательство, 2014. 158 с.

Тема 13. Антикризисные коммуникации государственных институтов.

1. Антикризисные коммуникации государственных институтов.
2. Практика АКК в государственных институтах.

Литература:

Учебная литература и монографии:

- 1.Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/catalog/product/371726>
- 2.Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. <http://znanium.com/catalog/product/505002>

Тема 14. Антикризисные коммуникации в общественных организациях и неправительственном секторе.

1. Кризисы в общественных организациях.
2. Кризисы в профсоюзах.

3. Кризисы в общественных объединениях и структурах гражданского общества.

4. Основные принципы реагирования и минимизации последствий.

Литература:

Учебная литература и монографии:

1. Связи с общественностью: Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. <http://znanium.com/catalog/product/371726>

2. Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2013. - 136 с. <http://znanium.com/catalog/product/505002>

3. Гавра Д.П. К переосмыслению категории кризисной коммуникации // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике: матер. междунар. науч. конф. СПб: Свое издательство, 2014. 158 с.;

4. Азарова Л. В., Маркова О. Ю. Этичность действий специалистов в сфере коммуникаций как проблема и необходимость существования профессионального сообщества // Российская школа связей с общественностью: ежегодный альманах. – Вып. 6. – Москва, 2015. 213 с. - С.43-57.

Основные требования к содержанию реферата:

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно.

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к

постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Реферат должен заканчиваться выведением выводов по теме.

По своей структуре реферат состоит из:

1. Титульного листа;

2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;

3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает деление на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует «перегружать» текст;

4. Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.

5. Списка использованной литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое — 3 см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5 см. Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см.

Реферат пишется студентами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем. При зачете реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления. Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно. Объем реферата зависит от изучаемой темы, оформление согласно правилам, размещенным на сайте ДВФУ. В реферате должна быть показана актуальность темы, цель и задачи исследования по данной проблематике, а также краткое раскрытие темы с выводами. Для докладов и эссе – излагаемый материал, опираясь на терминологический и понятийный аппарат дисциплины «Антикризисные коммуникации», должен носить исследовательский характер, а студент способен выявлять проблемные области, выдвигать оригинальные идеи решений и критически их обсуждать в группе.

Темы рефератов:

1. Понятие кризиса в социально- экономическом развитии и причины его возникновения;
2. Типология кризисов;
3. Признаки кризиса: распознавание и преодоление;
4. Человеческий фактор антикризисного управления;
5. Сущность и закономерности экономических кризисов;
6. Причины экономических кризисов;
7. Фазы цикла и их проявление;
8. Виды экономических кризисов и их динамика;
9. Аналитическая основа государственного регулирования кризисных ситуаций;
10. Роль государства в антикризисном управлении;
11. Виды государственного регулирования кризисных ситуаций;
12. Механизм государственной власти и кризисы системы управления;
13. Причины и последствия кризисов государственного управления;
14. Системный кризис государственного управления;
15. Формы и методы работы со СМИ в кризис;

16. Реформы как средство антикризисного управления;
17. Общие и специфические, внешние и внутренние факторы рискованного развития организации;
18. Возникновение кризисов в организации;
19. Тенденции циклического развития организации;
20. Опасность и вероятность кризисов в тенденциях циклического развития организации;
21. Управляемые и неуправляемые процессы антикризисного развития;
22. Возможность, необходимость и проблематика антикризисного управления;
23. Признаки и особенности антикризисного управления;
24. Эффективность антикризисного управления;
25. Основные параметры диагностирования;
26. Этапы диагностики кризиса;
27. Методы диагностики кризиса;
28. Информация в диагностике;
29. Диагностика банкротства предприятия;
30. Цели и функции маркетинга в антикризисном управлении;
31. Формирование маркетинговых стратегий в антикризисном управлении и их классификация;
32. Использование средств маркетинга в антикризисном управлении;
33. Роль стратегии в антикризисном управлении;
34. Разработка антикризисной стратегии организации;
35. Реализация выбранной антикризисной стратегии;
36. Организация осуществления антикризисной стратегии;
37. Признаки грядущих кризисов;
38. Антикризисный PR в коллективе;
39. Реорганизация и ликвидация компании: антикризисный аспект;
40. Принципы работы с блогосферой в кризис.

Темы докладов и эссе:

1. Проблема категории «поведения» в кризис.
2. Сравнительный анализ политической деятельности, политического труда, политической работы и активности с точки зрения антикризисной стратегии.
3. Антикризисная стратегия в сфере высшего образования.
4. Формирования антикризисной политики как вид деятельности, формирующей целеобразование жизни организации .
5. Психология и ее роль в информационном противодействии кризису.
6. Основные принципы медиа-менеджмента в антикризисной стратегии.
7. Финансовые особенности взаимодействия со СМИ в кризисных ситуациях.
8. Особенности работы с ресурсами сети Интернет в условиях информационного общества.
9. Антикризисные коммуникации в рамках коллектива компании.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Антикризисные коммуникации»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма подготовки очная

Владивосток

2018

Текущая аттестация студентов

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Антикризисные коммуникации» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий (работа на практических занятиях, участие в групповых дискуссиях, коллоквиумах, пресс-конференциях, защита рефератов, докладов и эссе) по оцениванию фактических знаний, умений и навыков.

Объектами оценивания выступают:

1. *Уровень овладения практическими умениями и навыками* оценивается по активности работы на практических занятиях, убедительному изложению материала, оценка осуществляется по 10-бальной системе в соответствии с критериями (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено»). На занятиях обсуждаются вопросы на основе подготовленных домашних заданий.

Критерии оценок по 10-бальной системе следующие:

10-8,5 баллов – проявлены глубокие знания компетенций дисциплины (ОК– 2, ОПК– 4) – ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы вопросов по философии и методологии науки, логичностью, последовательностью и аргументированностью ответа, умением объяснять сущность вопроса, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы;

8,5-7,5 баллов - проявлены прочные знания основных вопросов компетенций дисциплины (ОК– 2, ОПК– 4): умение объяснять сущность вопросов делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, но допускаются неточности;

7,5-6,0 балл – в ответе проявлены основные знания вопросов компетенций дисциплины (ОК– 2, ОПК– 4), но ответ отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, недостаточным умением давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и

последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа;

менее 6,0 баллов - проявлены незнание основных вопросов знания компетенций дисциплины (ОК– 2, ОПК– 4): неглубокое раскрытие темы, неумение давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа

2. *Степень усвоения теоретических знаний компетенций* (ОК– 2, ОПК– 4) определяется при защите реферата и при тестировании, при этом используются соответствующие критерии оценивания в 10-бальной системе (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено»).

Реферат, доклад, эссе по теме считается зачтенным в случае, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, определив ее содержание и составляющие, приведены основные источники по рассматриваемой теме, студент проводит самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы, при этом оценка реферата составляет более 6 баллов.

Реферат, доклад, эссе оценивается по 10-бальной системе:

10 - 6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

От 10-ти до 6-ти баллов – студент понимает базовые основы управление брендом, понимает теоретическое обоснование выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения, привлечены основные источники по рассматриваемой теме, фактических ошибок, связанных с пониманием темы, нет, допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

менее 6 баллов – проявлены незнания базовых основ вопросов компетенций дисциплины; работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки презентации доклада

Оценка	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
	Содержание критериев			
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.
представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина.	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов.
оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации.	Использованы технологии Power Point частично. 3- 4 ошибки в представляемой информации.	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации.	Широко использованы технологии Power Point и др.. Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	Критерии	Показатели
--------------------------------	--------------------------------	----------	------------

<p>ОК-2 - готовностью интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР.</p>	<p>знает (пороговый уровень)</p>	<p>-основные закономерности развития жизненного цикла организации;</p> <p>- основные взаимосвязи научных, образовательных, экономических, политических и культурных процессов, влияющих на предупреждение, профилактику и результативный диалог в технологиях антикризисных коммуникаций.</p>	<p>знание определений и основных понятий предметной области дисциплины</p>	<p>- дать определение и содержание основных закономерностей развития жизненного цикла организации;</p> <p>- основные взаимосвязи научных, образовательных, экономических, политических и культурных процессов, влияющих на предупреждение, профилактику и результативный диалог в технологиях антикризисных коммуникаций.</p>
	<p>умеет (продвинутый уровень)</p>	<p>- применять знания о взаимосвязи научных, политических, экономических и культурных особенностей в конструировании диалога между Россией и АТР.</p>	<p>- умение использовать технологии антикризисных коммуникаций в интегративных процессах России и АТР.</p>	<p>- способность использовать в интегративных процессах России и АТР технологии антикризисных коммуникаций и технологии предупреждения кризисных ситуаций.</p>
	<p>владеет (высокий)</p>	<p>- навыками комплексного использования знаний технологий антикризисных коммуникаций организации в интегративных процессах научного, образовательного, экономического, политического и культурного пространства России и АТР.</p>	<p>- владение систематическими знаниями в профессиональной деятельности антикризисных коммуникаций для налаживания конструктивного и результативного диалога между Россией и странами АТР.</p>	<p>- владение навыками антикризисных коммуникаций организации в различных интегративных процессах в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР</p>

ОПК-4 – умением планировать и организовывать под контролем коммуникацио нные кампании и мероприятия	знает (порогов ый уровень)	- основные этапы, планирования предупреждения и планирования кризисных ситуаций и организации антикризисных коммуникаций.	знание определений и основных понятий предметной области дисциплины	- дать определение и содержание основных этапов планирования и организации предупреждения кризисных ситуаций и организации антикризисных коммуникаций.
	умеет (продвину тый уровень)	- применять соответствующую терминологию в организации и планировании своей деятельности.	- умение использовать в своей деятельности технологии антикризисных коммуникаций.	- способность использовать в своей деятельности технологии антикризисных коммуникаций и технологии предупреждения кризисных ситуаций.
	владеет (высокий)	- навыками комплексного использования знаний планирования и организации технологий антикризисных коммуникаций организации в деятельности компании.	- владение систематическ ими знаниями в профессиональ ной деятельности антикризисных коммуникаций.	- владение навыками по организации и оперативному планированию антикризисных коммуникаций организации в деятельности компании.

Критерии оценки (письменный ответ)

- 100-86 баллов – если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной и знакомство с дополнительной рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- 85-76 баллов – знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- 75 – 61 баллов – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определено и последовательно изложить ответ.

- 60-50 баллов – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Критерии оценки (устный ответ)

- 100-86 баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

- 85- 76 баллов – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение

монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна-две неточности в ответе.

- 75- 61 баллов – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумением привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

- 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся раскрытием темы; незнание основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценки выполнения тестового задания

При работе с тестами студенту предлагается выбрать один вариант ответа четырех предложенных. Тесты рассчитаны на индивидуальное решение. Они могут быть использованы в процессе аудиторных занятий, и самостоятельной работы. При 100-61 баллах (100-65 % верных ответов соответственно) тестирование оценивается положительно

Тесты по дисциплине «Антикризисные коммуникации»

(типовые задания)

1. Кризис организации - это:

а) ухудшение производственно-финансовой ситуации;

б) неспособность осуществить исполнение финансовых обязательств,
в) возникновение конфликтных ситуаций и проблемы их быстрого разрешения.

2. Глубина и характер кризисов в организации зависят:

- а) от особенностей отрасли;
- б) от внешних факторов;
- в) от профессионализма менеджмента.

3. Кризис-это:

а) крайнее обострение противоречий в системе, угрожающее её жизнестойкости;

б) возникновение проблем в отдельных элементах функционирования системы;

в) непропорциональность развития элементов системы.

4. Намеренная мотивация кризисов:

- а) сведение счетов с партнерами, с частью неугодного персонала;
- б) приобретение новых качеств и возможностей;
- в) непрофессионализм менеджеров.

5. Системные кризисы порождаются:

- а) кризисами политической системы;
- б) кризисами в основных сферах функционирования общества;
- в) кризисами во всех сферах государства.

6. Социальные кризисы порождаются:

- а) обострением отношений между работодателями и работниками;
- б) несовершенством условий труда и его мотивации;
- в) комплексом факторов, обостряющих отношения в системе.

7. Психологические кризисы возникают:

- а) под влиянием стресса;
- б) в связи с возникновением чувства неуверенности;
- в) под влиянием комплекса факторов психологического воздействия.

8. Мониторинг антикризисного развития:

- а) высокоразвитая интуиция менеджеров;
- б) научный анализ наряду с высоким профессионализмом;
- в) снижение доли неуправляемых процессов.

9. Предвидение и прогнозирование кризисов:

- а) знание тенденций и закономерностей развития процессов экономике;
- б) случайность,
- в) способность отдельных менеджеров интуитивно воспринимать

будущие осложнения.

10. Формы государственного регулирования кризисных ситуаций:

- а) разработка «правил игры» на рынке, контроль за их исполнением;
- б) контроль за участниками рыночных отношений;
- в) вмешательство в производство и сферу социальных отношений лишь

при угрозе национальной безопасности.

11. Кризис государственной власти:

- а) разрыв вертикали власти;
- б) неспособность органов власти эффективно управлять всеми сферами

государственной деятельности,

- в) коррупция власти.

12. Цикличность развития организации:

- а) последовательная смена жизненных циклов организации;
- б) резкая смена циклов под влиянием внешних факторов;
- в) изменение жизненных циклов под влиянием внутренних условий

организации

13. Факторы успешного развития организации на этапе возникновения:

- а) фанатизм лидера и команды;
- б) вера лидера и команды в успех;
- в) эффективное инвестирование

14. Причины кризисов организации на этапе возникновения:

- а) узкая специализация, неотрегулированность внутренних отношений;
- б) отсутствие опыта;

в) ограниченность ресурсов, конкуренция, ошибки в работе с персоналом.

15. Причины кризисов организации на стадии становления:

а) разногласия в команде, ограниченность ресурсов, проблемы на рынке, слабая техническая оснащенность;

б) перегрузки, фанатизм в работе, подрыв здоровья, настрой на успех;

в) формирование другой инициативной группы.

16. Причины кризисов организации на стадии высшей точки:

а) борьба за власть, усложнение управления, консерватизм, организационная инертность;

б) успокоенность успехами и достижениями (лидеры «подернулись жирком»);

в) внешние факторы воздействия (рынок, конкуренты и т.д.).

17. Сроки диагностики кризиса в организации:

а) проведение ранней диагностики;

б) поспешность диагностики может быть преждевременной выглядеть как легкая паника;

в) диагностику проводить при четком проявлении признаков кризиса.

18. Целью антикризисного управления организации является:

а) возврат организации в ряд нормально хозяйствующих субъектов;

б) выход из кризисной ситуации с новыми активами;

в) выжить с любыми потерями.

19. Стратегия антикризисных коммуникаций:

а) комплекс мер, учитывающий внешние и внутренние факторы функционирования организации;

б) перспективный план развития организации;

в) мониторинг внешней среды организации

20. Преобладающий стиль руководства в кризисных ситуациях:

а) авторитарный;

б) демократический;

в) либеральный.

21. Главный признак потери управляемости организаций:

а) отсутствие регламента деятельности;

б) отсутствие прибыли;

в) отсутствие функции контроля.

22. Кризисы организаций во время бурного роста возникают в результате:

а) бессистемности, непропорциональности развития разных факторов роста;

б) неостребованности на рынке части продукции и услуг;

в) не оптимальности размеров производства.

23. Технология антикризисных коммуникаций:

а) технология антикризисного управления совпадает с обычным управлением лишь с небольшими особенностями,

б) это управление в экстремальных условиях;

в) это комплекс мер предупреждения, профилактики, преодоления кризиса, снижение уровня его отрицательных последствий.

24. Разработку программы антикризисного управления осуществляют:

а) менеджеры организации;

б) рабочие группы, в которые входят специалисты со стороны и специалисты

организации;

в) специалисты со стороны.

25. Выявление кризисных ситуаций в технологии антикризисного управления осуществляется:

а) на основании глубокого анализа ситуации и отдельных факторов деятельности;

б) на основании конечных результатов деятельности организации;

в) на основании мониторинга

26. Цель антикризисной стратегии управления человеческими ресурсами:

а) обеспечить персоналом реализацию проводимых преобразований по выходу из кризиса;

б) более эффективное использование трудового потенциала в сложный период;

в) провести оценку способностей и возможностей работников в кризисной ситуации.

27. Формирование антикризисной команды:

а) формирование команды менеджеров, способной разработать и реализовать программу выхода организации из кризиса;

б) объединение в команду всех работников, необходимых организации;

в) объединение в команду низовых уровней работников, исполнителей.

28. Сопротивление персонала переменам:

а) естественное противоречие между новой стратегией и прежними традициями управления вызывает системное сопротивление;

б) консерватизмом части людей, особенно старшего возраста;

в) ленью, низкой квалификацией части работников, нежеланием более интенсивно работать.

29. Управление сопротивлением персонала в кризисных ситуациях:

а) подключение большинства работников к выработке и реализации мероприятий по выходу из кризиса;

б) применение принуждения в связи с ограниченностью ресурсов и времени;

в) постепенное, мягкое воздействие на тех, кто мешает реформированию.

30. Коммуникации в антикризисном управлении персоналом:

а) разговоры, слухи, сплетни;

б) собрания, совещания;

в) непосредственные руководители (лично), официальные и неофициальные контакты с менеджерами.

Результаты самостоятельной работы. Самостоятельная работа заключается в подготовке к практическим занятиям и написание реферата.

Самостоятельная работа по вопросам подготовке к практическим занятиям считается выполненной и зачтенной в случае, когда за практическое занятие студент получает балл выше 6 (ответ оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Самостоятельная работа по подготовке реферата считается выполненной и зачтенной в случае, когда при сдаче реферата преподавателю студент получает балл выше 6 (реферат оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Промежуточная аттестация студентов

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Антикризисные коммуникации» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Антикризисные коммуникации» предусмотрена в виде зачета в устной форме в виде собеседования – ответы на вопросы. При этом оценка зачета является комплексной, учитываются все оценки контрольных мероприятий текущей аттестации с весом, определяемым ведущим преподавателем. Студент получает зачёт по дисциплине при условии своевременной успешной сдачи практических работы, реферата, тестирования, выполнение самостоятельной работы (критерии оценки каждого контрольного мероприятия указаны выше).

Перечень вопросов к зачёту

1. Сущность, цели и функции антикризисных коммуникаций в современном обществе.

2. Этапы АКК.
3. Виды и типология кризисов. Примеры разных типологических кризисов и их решений в технологиях антикризисных коммуникаций.
4. Причины, симптомы, стадии - прогнозирование кризисной ситуации или конфликта.
5. Конструктивные функции конфликта.
6. Причины, симптомы, стадии - диагностика кризиса.
7. Консалтинг в условиях кризиса ЖЦ организации. Типология кризисных ситуаций внутри организации.
8. Жизненный цикл развития организации, коммуникация в условиях кризиса ЖЦ организации .
9. Типичные ошибки в кризисных ситуациях ЖЦ организаций.
10. Повседневный PR как антикризисное средство. Технологии предотвращения экстремальных ситуаций: внутренние, внешние факторы и ЖЦ организации.
11. Меры антикризисной профилактики, предпринимаемые в рамках общего менеджмента. (Методика Х.М. Рамперсада). Кадровая политика и её технологизация.
12. Поддержание и коррекция имиджа: оперативное реагирование на события; мониторинг событий и защита имиджа от внешних воздействий. Качественные искажения восприятия в условиях кризиса или конфликта.
13. Контроль коммуникативных каналов в АКК.
14. Антикризисный мониторинг: наиболее важные критерии для оптимальной оценки зарождающегося кризиса. ЦА антикризисных коммуникаций.
15. Репутационный анализ организации в социальных медиа: модель, критерии, ЦА, возможности технологий АКК.
16. Управление имиджем и брендом корпорации как активом на рынке в-2-в: модель, критерии, ЦА, возможности технологий АКК.

17. Команда по управлению КС (КУКС): основные рекомендации; 10-ти балльная шкала оценки областей КС;
18. Реализация необходимых мероприятий КУКС;
19. Основные темы пресс-релизов в КС организации;

Вопросы к экзамену по дисциплине «Антикризисные коммуникации»

20. Содержание планов антикризисного PR для внешних и внутренних аудиторий;
21. Общие рекомендации КУКС для подготовки к кризису.
22. Коммуникация с аудиториями во время и после кризиса. Основные социально-психологические принципы взаимодействия с целевыми аудиториями.
23. Принципы АКК во время кризиса: оперативность, ответственность, результативность (два кейса: «Тайленол» J&J, 1982 и «шприц в банке» Pepsi-Cola, 1993).
24. Условия эффективной персонификации при АКК.
25. Слухи как коммуникативный феномен: коммуникативная ценность и социальные механизмы;
26. Искажения в процессе циркуляции слухов; фундаментальные и сопутствующие факторы возникновения слуха;
27. Профилактика слухоустойчивой среды во время и после кризиса.
28. Содержание слухов как критерий управления общественным мнением. АК технологии в противодействие распространения слухов во время и после кризиса.
29. Обратная связь с целевыми аудиториями во время и после кризиса: оперативность, ответственность, результативность. АКК и управление слухами на примере Содружества Багамских Островов.
30. Проектирование работы организации в условиях кризиса. Принципы взаимоотношений со СМИ.

31. Антикризисная стратегия, отличия от коммуникации в обычном режиме, её влияние на взаимодействие со СМИ. Принцип определения ключевых ЦА (на примере кейса АКК международной нефтяной компании LASMO 1980-х)
32. Основные проблемы взаимодействия с печатными и электронными СМИ.
34. Практические рекомендации АКК по взаимоотношению со СМИ.
35. Специфика новых медиа в контексте антикризисной стратегии.
36. Три типа кризисов в социальных медиа и ситуация паракризиса. Кризисные кейсы H&M (2018), D&G (2018), Facebook (2018).
37. Докризисный, во время кризиса и пост-кризисный этапы управления коммуникацией. Кейсы «Кинопоиска»(2013-2015) и Yota (2016 -2018).
38. Анализ антикризисной коммуникации компании British Petroleum аварии 20 апреля 2010 года: адекватные и неадекватные технологии реагирования в СМИ и Интернете.
39. Ключевые задачи и направления пресс-службы органов власти в докризисный период. Требования к службе СО в работе со СМИ и Интернет-коммуникациями.
40. Специфика репутационных угроз КК в органах власти.
41. Типология кризисов (Э. Карантелли) в зависимости от социальной реакции, которую они провоцируют: конфликтные, консенсусные. Полемогенные.
42. Две модели АКК в органах власти. Задача органов государственной власти. Две формы участия граждан.
43. Кризисные коммуникации органов государственной власти в условиях природной катастрофы. АК стратегии: отрицания, уменьшения, восстановления, «усиления» .
44. Рекомендации по использованию АКК органов государственной власти по кейсу Е.В. Акимович.
45. Подготовка к АКК избирательных кампаний;
46. Алгоритмы поведения избирательных комиссий в кризисных и конфликтных ситуациях;

47. Сопровождение АКК в стратегии избирательной кампании кандидата;
48. Стратегии АКК первых лиц государства в избирательном процессе.
49. Антикризисные коммуникации в бизнесе. Теория АКК в сфере бизнес-коммуникаций.
50. Антикризисные коммуникации в бизнесе. Практика АКК. Искусственно сконструированные кризисы в кампаниях PR.
51. Антикризисные коммуникации в общественных организациях и неправительственном секторе. Практика АКК в формировании гражданских инициатив.
52. Проблема этичности коммуникаций в АКК.

Пример экзаменационного билета по дисциплине «Антикризисные коммуникации»

Билет № 1

Вопрос 1. Коммуникация с аудиториями во время и после кризиса. Основные социально-психологические принципы взаимодействия с целевыми аудиториями.

Вопрос 2. Ключевые задачи и направления пресс-службы органов власти в докризисный период. Требования к службе СО в работе со СМИ и Интернет-коммуникациями.

Критерии выставления оценки студенту на зачете по дисциплине «Антикризисные коммуникации»

100-61	<i>«зачтено»</i>	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил знания, умения и навыки всех компетенций дисциплины (ОК– 2, ОПК– 4). если он глубоко и прочно усвоил программный материал по дисциплине «Антикризисные коммуникации», исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение,
--------	------------------	---

		владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Оценка «зачтено» выставляется студенту, только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты реферата, прохождения тестирования.
менее 61	«не зачтено»	Оценка «не зачтено» не знает значительной части программного материала дисциплины, допускает существенные ошибки, не работал на семинарских занятиях, не принимал участие в дискуссиях на занятиях, им не были подготовлены рефераты. Студент не показывает готовность к формированию своего интеллектуального уровня, не способен сознавать значение общекультурного уровня для своего профессионального мастерства. Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он освоил не все знания, умения и навыки компетенций дисциплины (ОК– 2, ОПК– 4).

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене
по дисциплине «Антикризисные коммуникации»**

30- 25	«отлично»	Ответ на экзаменационные вопросы показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.
24 - 15	«хорошо»	Ответ на экзаменационные вопросы обнаруживает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.
14 - 10	«удовлетворительно»	Ответ на экзаменационные вопросы свидетельствует о наличии некоторых знаний процессов изучаемой области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа.
9 - 0	«не удовлетворительно»	Ответ на экзаменационные вопросы обнаруживает незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся раскрытием темы; незнание основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью,

		отсутствием логичности и последовательности.
--	--	--