

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Центр корпоративного развития

УТВЕРЖДЕНО

Директор Центра
корпоративного развития

« ___ » _____ 201__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

«Антикризисный PR»

Наименование программы Связи с общественностью

Программу разработал: Исангулова Ирина Маратовна

1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины (модуля): формирование представления об антикризисных связях с общественностью, в том числе при реализации процедур банкротства, а также умений и навыков использования технологий антикризисного PR при решении проблем российских организаций, находящихся в кризисном состоянии или проходящих процедуры банкротства.

Основными задачами изучения дисциплины (модуля) являются:

- формирование целостного представления о практике антикризисного PR и опыте использования PR в корпоративном антикризисном управлении и при реализации процедур банкротства;
- приобретение навыков использования опыта антикризисного PR в практической деятельности российских организаций, находящихся в кризисном состоянии или проходящих процедуры банкротства.

Требования к результатам освоения дисциплины (модуля), включая перечень осваиваемых профессиональных компетенций:

Изучение дисциплины «Антикризисный PR» в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Общекультурными компетенциями (ОК):

ОК-1 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

ОК-1 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знать	Уметь	Владеть
	Знать базовые экономические понятия; Объективные основы функционирования экономики и поведения экономических субъектов; Знать сущность и составные элементы экономических явлений и показателей; Методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов; Знать основные экономические проблемы и методологические подходы к их	- Интерпретировать экономические явления и процессы в соответствии с базовыми экономическими категориями; Определять мотивы экономической деятельности экономических субъектов; Анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и рассчитывать основные экономические показатели; Выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций	Методами анализа экономических процессов и явлений; Методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических моделей; Методологией экономического исследования

	описанию	Выявлять направления развития и проблемы национальной экономики и определять способы государственного регулирования национальной экономики	
--	----------	--	--

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-4 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

ОПК-4 - способностью решать стандартные задачи профессиональ ной деятельности на основе информационной и библиографическ ой культуры с применением информационно- коммуникационн ых технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знать	Уметь	Владеть
	- виды и типы основные принципы и требования информационной безопасности; - основы решения стандартных задач профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий; - требования информационной и библиографической культуры в профессиональной деятельности	- применять научно-теоретический понятийно-категориальный аппарат при решении профессиональных задач; - ориентироваться в системе информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	- навыками решать стандартные задачи профессиональной деятельности; - приемами информационно-коммуникационных технологий для решения стандартных задачи профессиональной деятельности

Профессиональные компетенции (ПК):

Вид деятельности: организационно-управленческая:

ПК-1 - владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

ПК-1 - владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знать	Уметь	Владеть
	<ul style="list-style-type: none"> - особенности менеджмента как способа достижения конкурентных преимуществ за счет достижения единства экономической и социальной эффективности; - основы стратегического анализа внешней и внутренней среды, виды стратегий; - методы разработки стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности 	<ul style="list-style-type: none"> - проводить стратегический анализ внешней и внутренней среды организации; - разрабатывать стратегию организации, направленную на обеспечение конкурентоспособности - разрабатывать план мероприятий по реализации стратегии; 	<ul style="list-style-type: none"> современными инструментами взаимодействия стратегических целей и задач; - навыками разработки и реализации конкурентной стратегии организации

ПК-2 - способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

ПК-2 - способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	Знать	Уметь	Владеть
	<ul style="list-style-type: none"> - состав и содержание функциональных стратегий компании; - взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний; - методы стратегического анализа 	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями организации; - подготавливать сбалансированные управленческие решения 	<ul style="list-style-type: none"> навыками принятия сбалансированных управленческих решений на основе результатов анализа взаимосвязи функциональных стратегий; - навыками применения инструментов стратегического анализа

2. Содержание дисциплины (модуля)

Наименование раздела (дисциплины, модуля)	Содержание обучения	Объем часов	Планируемые результаты обучения (код компетенции)
Тема 1. Кризис как процесс. Антикризисное планирование.	<p style="text-align: center;">Лекция</p> <p>Основные вопросы темы: Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия. Причины кризисов репутации. Роль СМИ в развитии кризисов репутации. Специфический характер спектра вовлеченности заинтересованных лиц в различные кризисы организации. Этапы антикризисного PR: прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий антикризисного PR; упреждение, нейтрализация кризиса; послекризисные мероприятия. Содержание различных этапов антикризисного PR.</p>	2	ОК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2
Практические занятия	<p>Этапы антикризисного PR: прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий антикризисного PR; упреждение, нейтрализация кризиса; послекризисные мероприятия</p>	2	ОК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2
Иные виды учебных занятий (деловые игры, мастер-классы, тренинги и т.п)	<i>«Не предусмотрены»</i>		
Самостоятельная работа	<p>- эссе - выполнение практического задания</p>	10	ОК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2
Тема 2. Современные подходы к PR с позиции устойчивого развития.	<p style="text-align: center;">Лекция</p> <p>Основные вопросы темы: Прогнозирование и планирование антикризисного PR на основе ранжированного перечня рисков организации. Методы разработки планов антикризисного PR. Содержание планов антикризисного PR. Планирование сообщений во времени, разным адресатам (заинтересованным лицам), по разным информационным</p>	2	ОК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2

	каналам в отношении различных кризисов организации. Шаблоны сообщений. Распределение ролей при реализации мероприятий антикризисного PR		
Практические занятия	Методы разработки планов антикризисного PR	2	ОК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2
Иные виды учебных занятий (деловые игры, мастер-классы, тренинги и т.п)	«Не предусмотрены»		
Самостоятельная работа	- эссе - выполнение практического задания	10	ОК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2
Тема 3. Основные направления действия PR-служб по снижению влияния кризиса на имидж.	Лекция Основные вопросы темы: Создание кризисного информационного центра. Анализ восприятия кризиса общественностью. Освещение кризиса в СМИ. Специфика применения инструментов и технологий PR в кризисных ситуациях. Деятельность спиндоктора. Виды PR-текстов в режиме кризисных коммуникаций. Специфика подготовки ключевых сообщений. Слухи и борьба с ними. Информационные атаки и противодействие им. Обеспечение информационной безопасности	2	ОК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2
Практические занятия	Планирование сообщений во времени, разным адресатам (заинтересованным лицам), по разным информационным каналам в отношении различных кризисов организации. Шаблоны сообщений. Распределение ролей при реализации мероприятий антикризисного PR	4	ОК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2
Иные виды учебных занятий (деловые игры, мастер-классы, тренинги и т.п)	«Не предусмотрены»		
Самостоятельная работа	- эссе - выполнение практического задания	10	ОК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2

Тема 4. Работа со СМИ в ситуации кризиса. Опыт выхода из кризиса.	Лекция Основные вопросы темы: Управление механизмами формирования новостей, работа спиндоктора и пресс - секретаря. Правовые основы взаимоотношений со СМИ. Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ	2	ОК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2
Практические занятия	Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ. Методы борьбы с рейдерскими атаками с использованием СМИ	4	ОК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2
Иные виды учебных занятий (деловые игры, мастер-классы, тренинги и т.п)	«Не предусмотрены»		ПК-1, ПК-2
Самостоятельная работа	- эссе - выполнение практического задания	10	ОК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2
Всего		60	

3. Форма аттестации

Форма промежуточной аттестации: экзамен

4.Оценочные материалы дисциплины (модуля)

Вопросы для экзамена

Код контролируемой компетенции: ОК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2

№ п/п	Содержание вопроса
1	Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия
2	Причины кризисов репутации. Роль СМИ в развитии кризисов репутации.
3	Специфический характер спектра вовлеченности заинтересованных лиц в различные кризисы организации.
4	Этапы антикризисного PR: прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий антикризисного PR; упреждение, нейтрализация кризиса; послекризисные мероприятия
5	Содержание различных этапов антикризисного PR.

6	Прогнозирование и планирование антикризисного PR на основе ранжированного перечня рисков организации
7	Методы разработки планов антикризисного PR.
8	Содержание планов антикризисного PR.
9	Планирование сообщений во времени, разным адресатам, по разным информационным каналам в отношении различных кризисов организации.
10	Распределение ролей при реализации мероприятий антикризисного PR
11	Создание кризисного информационного центра
12	Анализ восприятия кризиса общественностью. Освещение кризиса в СМИ
13	Специфика применения инструментов и технологий PR в кризисных ситуациях
14	Деятельность спиндоктора.
15	Виды PR-текстов в режиме кризисных коммуникаций
16	Специфика подготовки ключевых сообщений. Слухи и борьба с ними
17	Информационные атаки и противодействие им. Обеспечение информационной безопасности
18	Правовые основы взаимоотношений со СМИ.
19	Правила поведения в отношениях со СМИ.
20	Управление механизмами формирования новостей, работа спиндоктора и пресс - секретаря

Тесты

Код контролируемой компетенции: ОК-1, ОПК-4, ПК-1, ПК-2

1. Что из перечисленного ниже является внутренней задачей PR служб коммерческого предприятия?

1. Формирование ассортимента выпускаемой продукции
2. Формирование оригинального имиджа организации
3. Формирование кадрового резерва организации
4. Разработка новых технологий производства

2. Устойчивый образ организации в представлении групп общественности - это:

1. Определение рекламы
2. Определение имиджа
3. Определение PR
4. Определение товара

3. Создание позитивного имиджа организации – это

1. Определение миссии организации
2. Главная проблема PR в бизнесе
3. Задача социального PR
4. Определение рекламы

4. Что из перечисленного ниже входит в понятие корпоративного имиджа:

1. Имидж государственного лидера
2. Имидж государственной политики
3. Имидж государственной организации
4. Имидж государственного флага

5. Влияют ли на имидж организации ее финансовые показатели:

1. Да, влияют

2. Влияют, если они ухудшаются
3. Влияют, если они улучшаются
4. Не влияют

6. Избирательная кампания – это:

1. Процесс сбора информации о регионе, где баллотируется кандидат
2. Комплексный процесс по подготовке к выборам
3. Процесс организации встреч с избирателями
4. Процессы явления адресных групп кандидата

7. Годовое собрание акционеров является:

1. Политическим PR
2. Корпоративным мероприятием компании
3. Мероприятием по выходу из кризисной ситуации
4. Социальным PR

8. Акционеры компании являются:

1. Целевой аудиторией для политического PR
2. Целевой аудиторией для внутрикорпоративного PR
3. Целевой аудиторией для социального PR
4. Целевой аудиторией для избирательной кампании руководителя предприятия

9. Информирование общественности по вопросам изменения законодательства является задачей:

1. Политического PR
2. Бизнес-PR
3. Государственного PR
4. Социального PR

10. Согласны ли Вы с тем, что "Общественным мнением легко манипулировать":

1. Нет, не согласен
2. Да, согласен
3. Нельзя сказать ни да, ни нет, так как научно это еще не доказано
4. В тесте нет правильного ответа

Тематика эссе

1. Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия
2. Понятия и принципы антикризисного PR
3. Содержание антикризисного PR
4. Практика антикризисного PR
5. Практика отношений со СМИ в антикризисном PR
6. Принципы и методы организации антикризисного PR
7. Антикризисный PR в процедурах банкротства

Требования к оформлению эссе

Промежуточная аттестация – может проводится в форме защиты слушателями эссе. Тематика эссе может быть выбрана слушателями самостоятельно в рамках предлагаемых тем.

Объем работы должен быть, как правило, не менее 3 и не более 6 страниц. Работа должна выполняться через одинарный интервал 12 шрифтом, размеры оставляемых полей: левое - 25 мм, правое - 15 мм, нижнее - 20 мм, верхнее - 20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

Расстояние между названием части реферата или главы и последующим текстом должно быть равно трем интервалам. Фразы, начинающиеся с "красной" строки, печатаются с абзацным отступом от начала строки, равным 1 см.

Структура работы - введение, основная часть, заключение, список литературы.

Критерии оценки экзамена:

Оценка	Шкала
Отлично	<p>Слушатель должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала; - исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; - правильно формулировать определения; - продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; - уметь сделать выводы по излагаемому материалу.
Хорошо	<p>Слушатель должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать достаточно полное знание программного материала; - продемонстрировать знание основных теоретических понятий; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; - продемонстрировать умение ориентироваться в литературе; - уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
Удовлетворительно	<p>Слушатель должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Неудовлетворительно	<p>Слушатель демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.

Шкала и критерии оценки (промежуточное тестирование)

Число правильных ответов	Оценка	Уровень сформированности компетенции
90-100% правильных ответов	Оценка «отлично»	Повышенный
70-89% правильных ответов	Оценка «хорошо»	Повышенный

51-69% правильных ответов	Оценка «удовлетворительно»	Пороговый
Менее 50% правильных ответов	Оценка «неудовлетворительно»	Компетенция не сформирована

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1.Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 263 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-5631-3.

<https://www.biblio-online.ru/book/7D1B232D-29AF-4F6C-B937-F1E53D6A50ADe.ru/book/3A53890D-0B5A-4BAA-B214-9EEF9B182C8B>

Дополнительная литература:

1.Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) [Электронный ресурс]: Учебное пособие для слушателей вузов/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2016.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=57080>.

2.Ободкова Е.А. Имидж профессионала: мастерская успеха. — Москва: Издательство РГСУ 2016 г.— 150 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-7139-1281-9
<http://ibooks.ru/reading.php?productid=351773>

Электронные и Internet-ресурсы:

1. <https://www.raso.ru/> - Российская ассоциация по связям с общественностью
2. <http://www.press-service.ru/> - Журнал «Пресс служба»
3. <http://www.branding.ru/> - Портал «Брендинг.Ру»
4. <http://www.media-21vek.ru/>- журнал «MASSMEDIA. XXI век»
5. <http://pr-info.ru/> - Электронное информационное издание «PR-Info. Public Relations в российском контексте»
6. <http://www.pr-news.spb.ru/> - Интернет-сайт газеты «PR-news»
7. <http://www.createbrand.ru/> - Специализированный интернет-портал «Создание бренда»

Разработчик:

Исангулова И.М.