

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Антикризисные коммуникации предприятия»**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины: Формирование у студентов системного представления о роли PR в прогнозировании, анализе, предотвращении и преодолении кризисных ситуаций на предприятии, дать обучающимся комплекс современного знания и сформировать практические навыки принятия эффективных решений в отношениях с общественностью в условиях кризисов.

Объем дисциплины: 6 зачетных единиц – 216 часов

Семестр: 6

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

№ п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Кризис и антикризисный менеджмент.	Кризис: подходы к определению понятия, основные характеристики. Соотношение понятий: кризис, неопределенность, риск, конфликт, проблема, опасность, угроза, авария, катастрофа. Соотношение понятий: «антикризисное управление», «антикризисный PR», «кризисный PR», «кризисные коммуникации». Кризис и репутация.
2	Неопределенность в кризисной ситуации	Правила по управлению неопределенностью в ситуации кризиса. Неожиданные кризисы и неопределенность. Нестандартные кризисы и неопределенность. Восприятие угрозы и неопределенность. Дефицит времени на реакцию и неопределенность. Тренинг, моделирование ситуации и неопределенность.
3	Подготовка к кризисным ситуациям.	Основные элементы подготовки к кризисным ситуациям. Признаки кризисной ситуации. Классификация рисков, методы выявления рисков. Определение рисков возникновения кризисных ситуаций предприятия Подготовка информационно-коммуникационных блоков.
4	Создание антикризисного плана	Создание антикризисной программы. Формирование структур антикризисного реагирования. Разработка антикризисного плана на случай огласки достоверной негативной информации. Разработка антикризисного плана на случай огласки ложной информации
5	Методы управления в кризисной ситуации	Правила поведения в кризисной ситуации. Хронометрированная технологическая карта. Организация информационного центра. Лидерство в кризисной ситуации
6	Построение эффективной коммуникации в кризисной ситуации	Этапы построения эффективных каналов коммуникации. Правила антикризисной коммуникации. Подготовка информационный сообщений для СМИ в кризисной ситуации.
7	Идентификация целевых аудиторий каналов получения и распространения информации	Особенности работы с внешней и внутренней средой организации в кризисной ситуации. Особенности и проблемы взаимодействия с персоналом в кризисной ситуации. Организация и управление базами данных и отчетов по обращениям, вопросам, жалобам.
8	СМИ как ключевая аудитория в ситуации кризиса	Правила общения с массмедиа. Основные тезисы, необходимые для донесения до сознания аудиторий в кризисной ситуации. Отношения с журналистами: правила и ошибки. Подготовка и написание коммуникативных посланий для аудиторий: заявления, пресс-релизы, официальные обращения.
9	Регулирование информационно-коммуникативного процесса в кризисной ситуации	Информационный эталон как руководство для составления и оценки текстов для массового воздействия. Формирование тезисов положительного и отрицательного информационных эталонов. Версификация. Методы борьбы с нежелательным контентом
10	Условия создания эффективных сообщений в кризисной ситуации	Особенности психологического восприятия информации в кризисной ситуации. Роль этики и ценностей в кризисных коммуникациях. Выполнение этических требований, предъявляемых кризисом
11	Дискурсивные стратегии восстановления имиджа в кризисной ситуации	Классификация дискурсивных стратегий в кризисной коммуникации. Анализ обвинительного дискурса. Карикатуры как способ формирования обвинения. Стратегии защитительного дискурса: реабилитация, сокращение ответственности, концессия, реабилитация.
12	Восстановление после кризиса	Предоставление общественности максимально полного и убедительного отчета об усилиях организации по преодолению

		кризиса. Методы нейтрализации работы оппозиционных групп. Инструменты посткризисных коммуникаций. Работа с целевыми группами после кризиса.
13	Кризис как стимул для преобразования	Технологии предотвращения экстремальных ситуаций. Понимание преобразования. Создание возможностей для преобразования.
14	Методологические принципы анализа социально- политического и социально- экономического конфликта	Кризис как конфликт интересов. Методологические принципы анализа конфликта. Конфликт и глущий кризис. Основные объекты анализа социально-политического конфликта. Понятие легитимности. Классификация основания для вероятных конфликтных и кризисных ситуаций в организациях
15	Коммуникационные действия по управлению конфликтом	Универсальные циклы действий в конфликтных ситуациях. Локальные приемы и механизмы управления конфликтами.

Форма промежуточной аттестации: экзамен