

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии



Рабочая программа дисциплины

«Кризисные коммуникации»

по направлению подготовки

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Направленность (профиль) подготовки:

**«Работа с социальными медиа»**

Форма обучения

**Очно-заочная**

Квалификация

**Бакалавр**

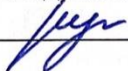
Год приема

**2022**

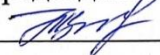
Код дисциплины в учебном плане: **Б1.В.04**

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 И.П. Кужелева–Саган

Председатель УМК

 Э. А. Щеглова

Томск – 2022

Программу составила: И.В. Гужова, к. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультет психологии НИ ТГУ

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д.филос.н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Кризисные коммуникации» в соответствии с СУОС НИ ТГУ: самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (утвержден Ученым советом НИ ТГУ, протокол № 6 от 30.06. 2021 г.)

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ

Протокол № 7 от 05.09.2022

**Цель освоения дисциплины «Кризисные коммуникации»** - формирование навыков управления внешними и внутренними коммуникациями организации в кризисных ситуациях.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина «Кризисные коммуникации» (Б1.В.05) является частью профессионального цикла ОПОП бакалавриата, формируемую участниками образовательных отношений. Курс «Кризисные коммуникации» содержательно-логически связан с такой дисциплиной ОПОП как «Информационная работа в кризисных условиях» и «Выборные технологии». Сформированные навыки важны для успешной подготовки к сдаче государственного экзамена, выполнения и защиты выпускной квалификационной работы.

### **2. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины**

Таблица 1

<b>Компетенция</b>	<b>Индикатор компетенции</b>	<b>Код и наименование результатов обучения</b> (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
ПК-1 Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе, медийной активности	ИПК- 1.4 Способен управлять внешними и внутренними коммуникациями организации в кризисных ситуациях	РО-ИПК 1.4.1 – знает основные принципы, этапы развития кризиса и способы управления внешними и внутренними коммуникациями организации в кризисных ситуациях РО-ИПК 1.4.2 – умеет диагностировать тип и этап развития кризиса, определять оптимальную стратегию и средства коммуникации организации с внутренними и внешними группами общественности
ПК-2 Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми	ИПК-2.6 Способен выбирать, анализировать и оценивать эффективность применения	РО-ИПК-2.6.1 – знает различные семиотические средства и риторические приемы, необходимые для реализации выбранной коммуникативной стратегии РО-ИПК-2.6.2 – умеет выбирать эффективные семиотические средства и

технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента	коммуникативных технологий в избирательном процессе	риторические приемы для усиления собственной аргументации и противодействия коммуникативной стратегии оппонентов
--	---	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 2

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
<b>Общая трудоемкость</b>	3 семестр/144 часа	
<b>Контактная работа:</b>	23.35	
Лекции:	10	
Практические занятия (ПЗ)	12	
Лабораторные работы (ЛР)	-	
Групповые консультации	-	
Индивидуальные консультации	-	
Промежуточная аттестация	1.35	
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	84.65	
- подготовка практических заданий и электронных презентаций, изучение учебного материала, кейсов, литературы (подготовка к зачету)	84.65	
<b>Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой</b>		

### 3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Таблица 3

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание	Вид учебной работы, занятий, контроля		Код (ы) результата(ов) обучения
<b>Раздел 1 Кризис и его диагностика в контексте PR</b>				
1.1.	Тема 1. Сущность кризиса в контексте PR.	Лекция		РО-ИПК 1.4.1
1.2.	Тема 2. Основные принципы кризисных коммуникаций.	ПЗ		РО-ИПК 1.4.1
1.3.	Тема 3. Диагностика кризиса в контексте PR.	Лекция/ПЗ		РО-ИПК 1.4.1 РО-ИПК 1.4.2
	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы по темам и др.	СРС		РО-ИПК 1.4.1 РО-ИПК 1.4.2
<b>Раздел 2. Стратегии, принципы и средства антикризисного PR на различных этапах развития кризисной ситуации</b>				
2.1.	Тема 1. Стратегия оперативного антикризисного реагирования.	Лекция/ПЗ		РО-ИПК 1.4.1 РО-ИПК 1.4.2
2.2.	Тема 2. Антикризисный PR как предкризисное планирование.	Лекция/ПЗ		РО-ИПК 1.4.1 РО-ИПК 1.4.2
2.3.	Тема 3. Антикризисный PR как превентивное реагирование.	Лекция/ПЗ		РО-ИПК 1.4.1 РО-ИПК 1.4.2
2.4.	Тема 4. Антикризисный PR как	Лекция/ПЗ		РО-ИПК 1.4.1 РО-ИПК 1.4.2

	посткризисное планирование.					
	Подготовка к практическим занятиям, изучение литературы по темам	СРС				РО-ИПК 1.4.1 РО-ИПК 1.4.2
<b>Раздел 3. Особенности управления коммуникационными ресурсами организации в кризисных ситуациях</b>						
3.1.	Тема 1. Психология людей в экстремальных ситуациях: особенности восприятия и интерпретации сообщений людьми.	Лекция/ПЗ				РО-ИПК 1.4.1 РО-ИПК 1.4.2
3.2.	Тема 2. Механизмы коммуникативного воздействия в кризисных ситуациях: семиотические средства и риторические приемы.	Лекция/ПЗ				РО-ИПК-2.6.1 РО-ИПК-2.6.2
3.3.	Тема 3. Слуховая коммуникация в кризисных ситуациях.	Лекция				РО-ИПК 1.4.1
3.4.	Тема 4. Традиционные и новые медиа как канал коммуникации, медиарилейшнз в кризисных ситуациях.	ПЗ				РО-ИПК 1.4.1 РО-ИПК 1.4.2
3.5.	Тема 5. Корпоративный сайт как канал коммуникации с электронной общественностью в период кризиса.	ПЗ				РО-ИПК 1.4.1 РО-ИПК 1.4.2
3.6.	Управление корпоративными Интернет-коммуникациями формата Web 2.0 в период кризиса.	ПЗ				РО-ИПК 1.4.1 РО-ИПК 1.4.2
	Подготовка к практ. занятиям и зачету, изучение литературы и др.	СРС				РО-ИПК 1.4.1 РО-ИПК 1.4.2
4.	Промежуточная аттестация	Диф. зачет	3		1.05	РО-ИПК 1.4.1

#### **4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины**

Условием эффективного усвоения содержания курса «Кризисные коммуникации» и формирования соответствующих знаний и умений является обязательное сочетание лекционных занятий с практическими занятиями, на которых формируются обозначенные выше профессиональные компетенции. При изучении данной дисциплины, кроме такой традиционной образовательной технологии как «лекция», рекомендуется использовать:

- Технологию – «кейс-стади», представляющую собой анализ подготовленных преподавателем кейсов или создание своего учебного кейса с целью применения теоретических знаний к изучению выбранных организациями антикризисных стратегий и коммуникативных методов воздействия в реальных кризисных ситуаций. Работа с кейсами позволяет апробировать методы диагностики рисков, типов и этапов развития кризисов, в том числе, на основе контента Интернет-ресурсов реальных организаций и сообщений новых СМИ. Изучение реального профессионального опыта содействует освоению навыков работы с Интернет-ресурсами в процессе взаимодействия с электронной общественностью с целью профилактики, прогнозирования, развития или минимизации ущерба от кризиса;
- Технологию «разработка учебного проекта с электронной презентацией», направленную на развитие проектных компетенций обучающихся, проявляющихся в умении осуществлять и представлять для обсуждения проектные разработки в сфере рекламы и PR. Данная технология позволяет слушателям формировать умения стратегического планирования, выбора технологического инструментария и определения подхода к оценке эффективности коммуникационного проекта. В процессе таких занятий происходит более глубокое осознание важности не только содержания и результатов такой работы, но формы их подачи (презентации).

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 40% аудиторных занятий.

***Виды самостоятельной работы студентов***, используемые в рамках дисциплины «Кризисные коммуникации»:

- чтение обязательной и дополнительной литературы;
- изучение и анализ Интернет-источников по темам программы дисциплины;
- изучение и анализ кейсов;
- участие в разработке коммуникационного проекта;
- подготовка электронных презентаций;
- исследование профессиональной практики в интернет;
- встречи с профессионалам;
- изучение материалов информационных и отраслевых порталов;
- мониторинг социальных медиа.

В период обучения студентам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы:

- 1) Программа дисциплины «Кризисные коммуникации».
- 2) Электронные презентации основного содержания дисциплины.
- 3) Электронная поддержка курса «Кризисные коммуникации» на платформе Электронного университета MOODLE (ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/>

Обучающиеся имеют доступ к фондам Научной библиотеки ТГУ, которые укомплектованы печатными и электронными изданиями основной учебной и научной литературы. Научная библиотека Томского государственного университета предлагает пользователям:

- доступ к ресурсам Интернет; электронный каталог;
- online-доступ к удаленным информационным ресурсам;
- читальные залы с открытым доступом, ресурсная база которых состоит из документов на носителях традиционных и электронных, локальных и удаленных (библиографические, реферативные, полнотекстовые базы данных).

#### **4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение**

##### **а) основная литература**

1. Ачкасова В. А. GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой.. - Москва: Юрайт, 2023. - 438 с - ( Высшее образование ) . URL: <https://urait.ru/bcode/511288>
2. Васильева М.М. Связи с общественностью в органах власти/ Учебник. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 495 с. (Электронный ресурс). Режим доступа: URL: <https://biblio-online.ru/viewer/3A53890D-0B5A-4BAA-B214-9EEF9B182C8B#page/1>
3. Жильцова О.Н. Связи с общественностью: учеб. пособие для академического бакалавриата/ О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 337 с. (Электронный ресурс). Режим доступа: URL: <https://biblio-online.ru/viewer/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D#page/1>
4. Ильяхов М. Ясно, понятно: как доносить мысли и убеждать людей с помощью слов : Практическое пособие. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2021. - 448 с.. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=387192>. URL: <https://znanium.com/cover/1841/1841910.jpg>
5. Иссерс О.С. Речевое воздействие: учеб. пособие / О.С. Иссерс. – М.: Флинта, 2016. – 224 с. (Электронный ресурс). Режим доступа: URL: <https://e.lanbook.com/book/85890>
6. Кузнецов И. Риторика: Учебное пособие / Белорусский государственный университет. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 558 с. (есть в НБ)  
Мухаев Р. Медиаполитика: Учебник / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 401 с. (есть в НБ)
7. Непряхин Н. Анатомия заблуждений. Большая книга по критическому мышлению, 2020 (аудио версия книги) URL: [https://archive.org/details/07-31\\_202111](https://archive.org/details/07-31_202111)
8. Эффективные коммуникации: учебно-практическое пособие / Н. В. Брит, А. Ю. Кузин, Е. Н. Скавинская, Ю. И. Штогринина ; Администрация Том. обл., Том. гос. ун-т. - Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2017. [Электронный ресурс]. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000584003>
9. Журнал «Пресс-служба». URL: <http://press-service.ru/>
10. Журнал «Связи с общественностью в государственных структурах». URL: <http://www.gospr.ru>



## **б) дополнительная литература**

1. Гавра Д.П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции // Петербургская школа PR и рекламы: от теории к практике. Вып. 1: Сб. статей / Отв. ред. А.Д. Кривоносов. – СПб.: Роза мира, 2003 г. – С. 28-47.
2. Беззубцев С. Слухи, которые работают на вас. – СПб., 2003.
3. Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. – СПб: Питер, 2003. – 426с.
4. Чумиков А.Н. Российско-украинское противостояние 2022 г.: конфликтологическая экспертиза. //Журналист. Социальные коммуникации, 2022, № 3 (47), С. 20-31.

### **4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные**

1. Электронно-библиотечная система Национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
2. Российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.neicon.ru>
4. КиберЛенинка, научная электронная библиотека (OpenScience) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>
5. База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru/>
6. База данных Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/node/5025>
7. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: <https://openedu.ru/course/>
8. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ramu.ru/ramu-program.php>
9. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pr-club.com/>
10. Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/terms/141/>

### **4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения**

При освоении данной дисциплины используется следующее ПО:

1. Windows 7 professional 64 bit
2. Microsoft Office 2010
3. Mozilla Firefox
4. Opera
5. Google Chrome

#### **4.4. Оборудование и технические средства обучения**

При освоении данной дисциплины используются:

1. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и практические занятия; другая техника для презентаций учебного материала.
2. Компьютеры с выходом в Интернет (для самостоятельной работы студентов)

#### **5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины**

Успешное освоение дисциплины предполагает посещение студентом лекционных и практических занятий, выполнение заданий преподавателя и обозначенных им видов самостоятельной работы. Вопросы, вызывающие затруднения при самостоятельной подготовке к занятиям и зачету, можно обсудить с преподавателем в часы его консультаций.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: выполнение практических заданий, заданий проектного типа с электронной презентацией по отдельным разделам дисциплины, анализ кейсов (см. ФОС). Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация (диф.зачет) по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра.

#### **6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину**

И.В. Гужова, доцент кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

#### **7. Язык преподавания – русский.**