

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

В.В. Мацуга

Рабочая программа дисциплины

**Кризисные коммуникации**

по направлению подготовки / специальности

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:

**Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации**

Форма обучения

**Очная**

Квалификация

**Специалист по рекламе и связям с общественностью**

Год приема

**2025**

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

И.В. Гужова

Председатель УМК

М.А. Подойница

Томск – 2025

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОБК-2.1 Знает основы и принципы профессиональной этики в соответствующей области профессиональной деятельности

РОБК-2.2 Умеет проектировать решение профессиональных задач с учетом принципов профессиональной этики

РООПК-1.2 Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом стилистических и жанровых особенностей, норм и выразительных возможностей русского и иностранного языка, иных знаковых систем

РОПК-1.1 Знает принципы управления информационными ресурсами организации, способы оптимизации их работы при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий

## **2. Задачи освоения дисциплины**

- иметь представление о факторах возникновения кризиса, этапах развития кризиса, основных принципах управления информационными ресурсами организации в кризисных ситуациях;
- уметь диагностировать тип и этап развития кризиса, определять оптимальную стратегию и средства коммуникации организации в кризисе с учетом принципов профессиональной этики;
- освоить коммуникативные приемы и методы необходимые для создания и распространения коммуникационных продуктов организации в кризисных ситуациях, в том числе с использованием новейших цифровых и сетевых технологий.

## **3. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, является обязательной для изучения.

## **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Шестой семестр, экзамен

## **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Философия», «Введение в специальность», «Профессиональная этика в PR и рекламе», «Проектирование в сфере социальных коммуникаций» (РОБК-2.1,2.2); «Событийные коммуникации (ивент-менеджмент)», «Контент-мейкинг», «Копирайтинг», «Дизайн визуального контента: практикум», «Нейросети. Практический курс», «Проектирование в сфере социальных коммуникаций» (РООПК-1.2, РОПК-1.1).

## **6. Язык реализации**

Русский

## **7. Объем дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часов, из которых:

-лекции: 18 ч.

-практические занятия: 26 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

## **8. Содержание дисциплины, структурированное по темам**

### **Раздел 1 Кризис и его диагностика в контексте PR**

Тема 1.1 Сущность кризиса и основные подходы к определению.

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», «антикризисный консалтинг», «кризисник».

Тема 1.2. Основные принципы кризисных коммуникаций. Классические кейсы. «Золотые правила».

Тема 1.3. Диагностика кризиса в контексте PR.

Классификационные признаки и типологии кризисов в аспекте связей с общественностью. Факторы и причины возникновения кризиса. Симптомы кризиса. Этапы развития кризиса (по А.С. Ольшевскому). Структура кризиса.

### **Раздел 2. Стратегии, принципы и средства антикризисного PR на различных этапах развития кризисной ситуации**

Тема 2.1 Антикризисный PR как предкризисное планирование.

Определение наиболее вероятных кризисов для организации. Моделирование сценариев реагирования и их апробация в тренинговом режиме. Антикризисный мониторинг. Создание антикризисных программ с целью недопущения кризиса.

Тема 2.2 Антикризисный PR как превентивное реагирование.

Прогнозирование и предотвращение кризисных ситуаций как основная функция повседневного PR-обслуживания организации (поддержание и коррекция имиджа, оперативность реакции на события, контроль коммуникативных каналов, антикризисный мониторинг). Виды мониторинга, автоматические сервисы мониторинга медиа. Разработка плана стратегических коммуникаций. Адаптационный PR (по А.С. Ольшевскому). Рисковые коммуникации как планомерные превентивные антикризисные меры.

Тема 2.3 Стратегия оперативного антикризисного реагирования.

Алгоритм овладения кризисной ситуацией (разработка плана, создание команды, назначение представителя). Принципы управления кризисом и возможные ошибки. Основные проблемы коммуникации в кризисной ситуации (дефицит информации и кризис доверия). Внутренние и внешние потоки информации. Работа кризисного информационного центра, организация собственного информационного потока (в том числе, работа над специальным антикризисным сайтом, с аккаунтами социальных сетей организации). Анализ восприятия кризиса общественностью. Освещение кризиса в СМИ. Деятельность спиндоктора. Виды PR-текстов в режиме кризисных коммуникаций. Оценка эффективности PR-сопровождения кризиса.

Тема 2.4 Антикризисный PR как посткризисное планирование.

Планирование посткризисных коммуникаций. Оценка эффективности деятельности организации в ситуации кризиса. Исследование влияния кризиса на репутацию базисного субъекта и ее коррекция. Оценка рисков с целью предотвращения рецидивов. Работа с интернет-пространством для устранения последствий кризиса (NetPR). Кризис как дополнительный ресурс публичитного капитала организации.

### **Раздел 3. Особенности управления коммуникационными ресурсами организации в кризисных ситуациях**

Тема 3.1 Психология людей в экстремальных ситуациях: особенности восприятия и интерпретации сообщений людьми.

Когнитивно-эмоциональные особенности восприятия информации в экстремальной ситуации. Инстинкт толпы. Паника, агрессия, страх и факторы, усугубляющие эти эмоциональные проявления. Специфика восприятия информации в стрессовом состоянии. Правила психологической безопасности и оказания эмоциональной поддержки в ходе установления контакта и сбора информации, при подготовке и написании информационных сообщений.

Тема 3.2 Механизмы коммуникативного воздействия в кризисных ситуациях.

Модели порождения и блокирования информации (по Г.Г. Почепцову). Ресурсы вербальной и невербальной коммуникации. Информационная теория потребностей П. В. Симонова как основа для выбора средств коммуникативного воздействия. Эффективные риторические приемы. Семиотические и когнитивные механизмы коммуникативного воздействия в экстремальных ситуациях.

Тема 3.3 Слуховая коммуникация в кризисных ситуациях. Особенности распространения слухов в социальных медиа. Профилактика, управление и борьба со слухами.

Тема 3.4 Традиционные и новые медиа как канал коммуникации, медиарелейшнз в кризисных ситуациях.

Специфика традиционных и новых медиа в контексте кризисных коммуникаций. Корпоративный сайт как канал коммуникации с электронной общественностью в период кризиса. Управление корпоративными и внешними информационными потоками в социальных медиа в период кризиса. Работа с комментариями до, во время и после кризиса. Регулирование поведения сотрудников организации в социальных медиа для предотвращения кризисных ситуаций.

### **9. Текущий контроль по дисциплине**

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, анализа кейсов, проведения практических работ и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

### **10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации**

Экзамен в шестом семестре проводится устно в формате собеседования по темам курса (вопросы к экзамену). Продолжительность экзамена 1,5 часа.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

### **11. Учебно-методическое обеспечение**

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете IDO - <https://lms.tsu.ru>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) Электронные презентации к лекциям (высылаются на почту группы).

### **12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет**

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, 2024. - 438 с - (Высшее образование ) . URL: <https://urait.ru/bcode/511288>
2. Ачкасова В. А.. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова.. - Москва : Юрайт, 2023. - 163 с URL: <https://urait.ru/bcode/516613>
3. Бушев А. Б.. Связи с общественностью: кризисная и конфликтная коммуникация в цифровую эпоху : учебное пособие для вузов / Бушев А. Б.. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 140 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/385982>
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. Михальская А. Риторика : Учебник / Школа профессора Михальской. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 480 с. - ( Высшее образование: Бакалавриат ) URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=385008>
6. 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)
7. Чумиков А. Н. Управление коммуникациями: учебник: [для студентов бакалавриата и магистратуры, обучающихся по направлениям подготовки "Реклама и связи с общественностью", "Журналистика и медиакоммуникации"] / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - Москва: Дашков и К°, 2022. - 543 с.: ил., табл. URL: <https://www.lib.tsu.ru/limit/2023/000900683/000900683.pdf>

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.

в) ресурсы сети Интернет:

- Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ - [www.gsk.ru](http://www.gsk.ru)
- Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rkn.gov.ru/>
- Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы РФ – [Электронный ресурс].
- Режим доступа: <https://fas.gov.ru/>
- Сайт Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.akarussia.ru>
- Сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО) - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://raso.ru/>

### 13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);

- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).
- б) информационные справочные системы:
  - Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
  - Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
  - ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
  - ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
  - Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
  - ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
  - ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>
  - Общероссийская Сеть КонсультантПлюс Справочная правовая система. <http://www.consultant.ru>
  - Университетская информационная система РОССИЯ – <https://uisrussia.msu.ru/>
  - Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) – <https://www.fedstat.ru/>
- в) профессиональные базы данных (*при наличии*):
  - Информационно-справочные материалы рекламной группы «Мелехов & Филюрин». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-f.ru>
  - Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/terms/141/>
- г) платформы социальных медиа:
  - Вконтакте – российская социальная сеть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com>
  - Rutube – российский видеохостинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rutube.ru/>

#### **14. Материально-техническое обеспечение**

Аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения лекций и практических занятий, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актуры»).

#### **15. Информация о разработчиках**

Автор программы и преподаватель дисциплины: Гужова И.В., к. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

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