

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан факультета психологии

  
Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

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  
**Очная**

Квалификация  
**Бакалавр**

Год приема  
**2023**

Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.05

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК

 Э.А. Щеглова

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

Целью освоения дисциплины является формирование следующих 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.

ПК-2 Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИПК-1.4 Способен управлять внешними и внутренними коммуникациями организации в кризисных ситуациях

ИПК-2.6 Способен выбирать, анализировать и оценивать эффективность применения коммуникативных технологий в избирательном процессе

## **2. Задачи освоения дисциплины**

– знать основные принципы, этапы развития кризиса и способы управления внешними и внутренними коммуникациями организации в кризисных ситуациях;

– уметь диагностировать тип и этап развития кризиса, определять оптимальную стратегию и средства коммуникации организации с внутренними и внешними группами общественности;

– освоить различные семиотические средства и риторические приемы, необходимые для реализации выбранной коммуникативной стратегии, в том числе, применяемые в ходе проведения избирательных кампаний.

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

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплина (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**

Третий семестр, зачет с оценкой

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

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

## **6. Язык реализации предшествующего уровня образования**

Русский

## **7. Объем дисциплины**

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

-лекции: 18 ч.

-практические занятия: 34 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). 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. Кризис как дополнительный ресурс публичного 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 коммуникативного воздействия на людей 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: семиотические средства и риторические приемы.

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. 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.

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

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

Критерии оценки за выполнение заданий в течение семестра<sup>1</sup>:

0 баллов – на занятии отсутствовал, задание не выполнено.

1 балл – на занятии присутствовал, но задание, в целом, выполнено неправильно, оформление не соответствует требованиям (см. ФОС по дисциплине).

2 балла – задание выполнено правильно лишь частично, оформление не соответствует большинству требований.

3 балла – задание выполнено правильно только наполовину, оформление лишь частично соответствует требованиям.

4 балла - задание в целом выполнено, есть серьезные замечания, оформление соответствует не всем требованиям.

5 баллов - задание выполнено, есть замечания к содержанию и оформлению.

6 баллов – задание выполнено, есть незначительные замечания к содержанию и оформлению.

7 баллов - выполнение задания и оформление результатов в целом соответствует требованиям, хотя есть незначительные замечания к содержанию или оформлению.

8 баллов – выполнение задания и оформление результатов в полной мере соответствует требованиям.

9 баллов - при выполнении задания и оформлении результатов проявляется творческая (или исследовательская) позиция студента (при соблюдении формальных требований).

10 баллов – выполнение задания и оформление результатов отличаются оригинальностью подхода (при соблюдении формальных требований).

Подробнее – см. ФОС к рабочей программе.

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

**Оценка за курс** складывается из итогового балла, полученного студентом за работу в семестре, и балла, полученного по итогам зачета с оценкой. Оценка выставляется

---

<sup>1</sup> Оценивание производится в десятибалльной системе, где 1 балл соответствует оценке по пятибалльной системе – неудовлетворительно, 2-4 – удовлетворительно, 5-7 – хорошо, 8-10 – отлично.

при условии, что студента совокупно набрал не менее 4 баллов.

Распределение весов при расчете итоговой оценки:

- итоговый балл за работу в семестре – баллы, полученные за три задания и умноженные на 0,6 (макс. 6)

- итоговый балл, полученный за работу непосредственно на диф.зачете – балл от 1 до 10 (где 1 балл соответствует оценке по пятибалльной системе – неудовлетворительно, 2-4 – удовлетворительно, 5-7 – хорошо, 8-10 – отлично), умноженный на 0,4.

Максимальный совокупный балл, который может получить студент за работу в семестре и успешно пройденную промежуточную аттестацию – 10 баллов.

**Зачет с оценкой в третьем семестре** проводится в устной форме по билетам. Билет содержит теоретический и практический вопрос. Продолжительность зачета 1,5 часа (на одну группу). Студент допускается к сдаче зачета при условии выполнения/сдачи всех практических заданий текущего контроля (см. ФОС).

Примерный перечень теоретических вопросов к зачету с оценкой:

1. Понятие «кризис» в контексте PR. Деятельность и компетенции кризисника как PR-специалиста.

2. Антикризисное управление, антикризисный PR и консалтинг, кризисные коммуникации: соотношение понятий.

3. Основные принципы кризисных коммуникаций.

4. Диагностика кризиса: основные направления и обоснование важности своевременной и адекватной диагностики кризиса.

5. Типологии кризисных ситуаций в теории PR. Выявление возможных критериев типологизации кризисов как способ выработки оптимальной для кризисника типологии кризисных ситуаций.

6. Факторы возникновения и динамика развития кризисов. Этапы развития кризиса (по А.С. Ольшевскому).

7. Стратегии антикризисного PR (кризисных коммуникаций) на разных этапах развития кризиса (обзор).

8. Цель и задачи предкризисного планирования в организациях.

9. Превентивное реагирование как антикризисная стратегия: цель, задачи, план стратегических коммуникаций (антикризисной кампании).

10. Оперативное реагирование как антикризисная стратегия в кризисных ситуациях: цель, задачи, мероприятия и инструменты антикризисной кампании.

11. Посткризисное планирование и оценка эффективности антикризисной кампании.

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

13. Механизмы коммуникативного воздействия в кризисных ситуациях: семиотические средства и когнитивные механизмы.

14. Риторические приемы воздействия в кризисных ситуациях. Возможности использования принципов информационной теории потребностей П. В. Симонова.

15. Слуховая коммуникация: слухи как фактор порождения кризиса, слухи как следствие неграмотных кризисных коммуникаций. Профилактика слухов, управление слухами, борьба со слухами в период кризиса.

16. Традиционные медиа как канал коммуникации и медиарилейшнз в кризисных ситуациях. Основные принципы взаимодействия PR-специалиста-кризисника с журналистами.

17. Функции пресс-секретаря в кризисных ситуациях. Функции и методы работы спин-доктора.

18. Специфика кризисных коммуникаций в эпоху новых медиа. Интернет как канал коммуникации с электронной общественностью базисного субъекта PR (риски и выгоды).

19. Корпоративный сайт как канал коммуникации с электронной общественностью в период кризиса. Подготовка специального антикризисного сайта или оптимизация имеющегося корпоративного сайта под задачи оперативного кризисного реагирования.

20. Управление корпоративными интернет-коммуникациями формата Web 2.0 в период кризиса (корпоративный блог, сайты социальных новостей, социальные медиа хранилища, форумы). Направления работы кризисника в социальных сетях общения.

21. Направления работы с интернет-ресурсами и электронной общественностью в посткризисный период.

22. Коммуникативные задачи предкризисного планирования и технологии их решения в интернете.

23. Коммуникативные задачи превентивного реагирования и технологии их решения в интернете.

24. Управление коммуникативными потоками в интернете при реализации стратегии оперативного реагирования.

25. Направления деятельности «кризисника» в интернете на этапе посткризисного планирования. Подходы к оценке эффективности кризисных коммуникаций в интернете.

В качестве материала для практических вопросов используются примеры медиатекстов, в которых описана кризисная ситуация (определить тип, этап развития, базисный субъект и пр.), PR-текстов, подготовленных для медиа (определить жанр, цель, приемы, на какой стадии кризиса может использоваться), примеры кейсов кризисных ситуаций (определить стратегии, средства и пр.) и др.

Результаты зачета с оценкой определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно». Критерии оценки:<sup>2</sup>

10-8 баллов (отлично) выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает свою позицию, делает собственные выводы. Практический пример пояснен полно и детально.

7-5 баллов (хорошо) выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы. Пример практического задания описан на достаточно хорошем уровне, но требует уточнения по некоторым пунктам.

4-2 балла (удовлетворительно) выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практического задания.

1-0 баллов (неудовлетворительно) выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ. Практическое задание выполнить не может.

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

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle»

---

<sup>2</sup> Оценивание производится в десятибалльной системе, где 1 балл соответствует оценке по пятибалльной системе – неудовлетворительно, 2-4 – удовлетворительно, 5-7 – хорошо, 8-10 – отлично.

- б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.
- в) План практических занятий по дисциплине.
- г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.
- д) Электронные презентации основного содержания лекций по дисциплине (высылаются на почту студенческой 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. - 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)
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. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Государственный PR. Связи с общественностью для государственных организаций и проектов /Учебник, М.: Инфра-М, 2017. – 341 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sun.tsu.ru/limit/2018/000580118/000580118.pdf>
9. Эффективные коммуникации: учебно-практическое пособие / Н. В. Брит, А. Ю. Кузин, Е. Н. Скавинская, Ю. И. Штогрин ; 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>

### 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:

- Журнал «Пресс-служба». URL: <http://press-service.ru/>

- Журнал «Связи с общественностью в государственных структурах». URL:  
<http://www.gospr.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:

1. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.neicon.ru>
2. КиберЛенинка, научная электронная библиотека (OpenScience) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>
3. База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru/>
4. База данных Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/node/5025>
5. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: <https://openedu.ru/course/>
6. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ramu.ru/ramu-program.php>
7. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pr-club.com/>
8. Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
9. Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
10. ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
11. Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
12. ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
13. ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

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

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения 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 занятий, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру») при необходимости реализации формата дистанционного обучения.

### **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.