

**Уральский социально-экономический институт (филиал)
Образовательного учреждения профсоюзов высшего образования
«Академия труда и социальных отношений»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ
ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в социальной сфере

Квалификация выпускника

Бакалавр

Кафедра: Гуманитарных, естественнонаучных и математических дисциплин

Разработчик программы:

д-р филол. наук, профессор К.В. Киуру

Оглавление

1.	ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
1.1	Планируемые результаты обучения по дисциплине.	3
1.2	Результаты освоения образовательной программы:	3
2.	МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	4
3.	ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	7
4.	ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	8

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:

Сформировать представление об особенностях антикризисного PR, специфике работы с целевыми группами в кризисной ситуации.

Задачи:

- формирование знания о методах антикризисного PR;
- формирование навыков работы с целевыми группами в условиях чрезвычайных происшествий;
- формирование знания об особенностях восприятия информации в кризисных ситуациях;
- овладение навыками комплексных действий в кризисных ситуациях.

1.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине.

Освоение дисциплины направлено на формирование у студентов следующих компетенций:

Профессиональных:

ПК-1 - способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

ПК-7 - способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

ПК-11 - владение навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

1.2 Результаты освоения образовательной программы:

В результате изучения дисциплины студент должен:

В результате освоения компетенции ПК-1 студент должен:

знать:

- принципы управления и организации работы служб по связям с общественностью в кризисных ситуациях;

уметь:

- осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль деятельности по связям с общественностью в кризисных ситуациях;

владеть/ быть в состоянии продемонстрировать:

- навыками анализа эффективности антикризисного PR.

В результате освоения компетенции ПК-7 студент должен:

знать:

- правила планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в кризисных ситуациях;

уметь:

- планировать кампании и мероприятия в соответствии с целями и задачами организации в кризисных ситуациях;

владеть/ быть в состоянии продемонстрировать:

- навыками анализа эффективности антикризисного PR.

В результате освоения компетенции ПК-11 студент должен:

знать:

- правила написания аналитических справок, обзоров и прогнозов для целей и задач антикризисного PR;

уметь:

- готовить аналитические справки, обзоры и прогнозы для решения задач антикризисного PR;

владеть/ быть в состоянии продемонстрировать:

- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов для решения задач антикризисного PR.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Тема №1. Понятие и структура кризисной ситуации

Список литературы см. в табл.

1. Раскрыть предметную область дисциплины.
2. Антикризисный PR: понятие и структура.
3. История развития антикризисного PR.
4. Правила поведения в кризисной ситуации.

Тема №2 Психологические особенности восприятия информации в кризисной ситуации

Список литературы см. в табл

1. Восприятие общественности кризисной ситуации с точки зрения психологического и информационного подхода.
2. Модель поведения компаний в ситуациях кризиса.
3. Работа инвестиционной стратегии в условиях кризиса.

Тема №3 Особенности взаимодействия с целевыми аудиториями в кризисных ситуациях

Список литературы см. в табл.

1. Реакция целевой аудитории во время кризиса.
2. Организация работы с целевыми аудиториями в кризисной ситуации.
3. Сущность повседневного PR.
4. Работа СМИ с целевыми аудиториями.

Тема №4 Основные элементы антикризисного PR

Список литературы см. в табл.

1. Антикризисная PR-стратегия: цели и задачи.
2. Мероприятия для предотвращения кризисной ситуации.
3. Информация, необходимая для составления маркетинговой программы в антикризисный план.

Тема №5 Основные этапы антикризисного PR

Список литературы см. в табл.

1. Контроллинг как система управления организацией.
2. Конкурентные преимущества предприятия в период наступления кризиса.
3. Механизм антикризисного PR-маркетинга предприятий.

Тема №6 Этнокультурные и региональные особенности антикризисного PR

Список литературы см. в табл.

1. Этнокультурный антикризисный PR.
2. Особенности регионального PR в кризисных ситуациях.
3. План действий в кризисной ситуации.

Тема №7 Правовые и этические аспекты антикризисного PR

Список литературы см. в табл.

1. Как вести себя в кризисной ситуации.
2. Кризис как сигнал к изменению тактики PR-обеспечения бизнеса.
3. Законодательные основы для решения наступившего кризиса.

Темы докладов

Тема №1 – Тема 3

1. Раскрыть предметную область дисциплины.
2. Антикризисный PR: понятие и структура.
3. История развития антикризисного PR.
4. Правила поведения в кризисной ситуации.
5. Психологический подход к изучению восприятия общественностью информации в кризисной ситуации.
5. Цель формирования системы повседневного антикризисного PR.
6. Реакция общественности в момент кризиса компании.
7. Сообщения СМИ для целевой аудитории.
8. Кризис как чрезвычайное происшествие и подготовка к нему.

Тема №4 – Тема №7

1. Основные критерии конкурентоспособности организации.
2. Мероприятия маркетинга, включаемые в план для предотвращения кризисной ситуации.
3. Информация, необходимая для составления маркетинговой программы в антикризисный план.
4. Средства управления маркетингом в антикризисном PR.
4. Основные задачи контроллинга в системе управления организацией.
5. Анализ конкурентных преимуществ предприятия.
6. Этапы и механизм проведения антикризисного PR-маркетинга предприятий.
7. Основные этапы разработки антикризисной PR-стратегии предприятия.
8. Понятие этнокультурный антикризисный PR.
9. Региональные особенности связей с общественностью в кризисных ситуациях.
10. Версия как ключевой момент в нейтрализации последствий ЧП.
11. Виды версий.
12. Законодательные основы для решения кризиса.

3. ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Понятие кризисной ситуации.
2. Структура и сущность кризисной ситуации.
3. История развития антикризисного PR-управления.
4. Типы поведения организации в момент наступления кризисной ситуации.
5. Современные концепции управления кризисными ситуациями организации.
6. Методы устранения кризисной ситуации.
7. Поведение специалиста по связям с общественностью в момент наступления кризисной ситуации.
8. «Public.Ru» как ресурс в организации связей с общественностью
9. Информационно-аналитическая система «Интегрум» как ресурс в организации связей с общественностью
10. Связи с общественностью и информационное обеспечение государственного управления на региональном уровне
11. Социальная ответственность бизнеса и социальные проекты в регионе.
12. Задачи корпоративных изданий в кризисный период организации.
13. Подготовка к кризисной ситуации.
14. Информационно-коммуникативное обеспечение в кризисных ситуациях.
15. Законодательные основы для решения кризиса.
16. Цикл действий в кризисной ситуации.
17. Технология информирования общественности в момент наступления кризисной ситуации.
18. Определите основные критерии конкурентоспособности организации.
19. Задачи специалиста по связям с общественностью при подборе кадров в управлении кадровой политики предприятия.
20. Антикризисная кадровая политика организации.
21. Сущность и содержание основных ролей менеджера по антикризисному управлению в сфере связей с общественностью.
22. Особенности антикризисного PR-управления персоналом.
23. Особенности разработки инвестиционной PR-стратегии для кризисных ситуаций.
24. Опишите основные этапы разработки антикризисной PR-стратегии предприятия.
25. Факторы, влияющие на процесс реализации выбранной антикризисной стратегии связей с общественностью.
26. Опишите средства управления маркетингом в антикризисном PR.
27. Мероприятия маркетинга, включенные в план действий для предотвращения кризисной ситуации.
28. Критерии оценки эффективности стратегического PR.

29. Корпоративные издания как метод решения кризиса.
30. Региональный антикризисный PR.

4. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС*
1.1	Булатова, С.Н.	Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие / С.Н. Булатова. - Кемерово : КемГУКИ, 2012. - 80 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227790			
1.2	Беляев, А.А.	Антикризисное управление : учебник / А.А. Беляев, Э.М. Коротков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 311 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114721			
1.3	Студеникин, Н.	PR-защита бизнеса в корпоративных войнах: практикум победителя / Н. Студеникин. - М. : Альпина Паблишерз, 2016. - 384 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279189			

*ЭБС – электронно - библиотечная система

Дополнительная литература:

№ п/п	Автор	Название	Издательство	Год	Наличие в ЭБС
2.1	Михайлов, Ю.М.	Связи с общественностью по-русски / Ю.М. Михайлов. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 306 с. : ил. - ISBN 978-5-4475-1871-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253694			
2.2	Чернышева, Т.Л.	Связи с общественностью (PR) : учебное пособие / Т.Л. Чернышева. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 140 с. - ISBN 978-5-7782-2163-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940			