

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

Структурное подразделение «Рекламы и журналистики»

УТВЕРЖДЕНА:
на заседании кафедры
Протокол №6 от 05 февраля 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

«АНТИКРИЗИСНЫЙ PR»

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Документ подписан простой электронной подписью Составитель программы: Другова Елена Сергеевна Дата подписания: 10.06.2025

Документ подписан простой электронной подписью Утвердил: Вайрах Юлия Викторовна Дата подписания: 11.06.2025

Документ подписан простой электронной подписью Согласовал: Другова Елена Сергеевна Дата подписания: 10.06.2025
--

Год набора – 2025

Иркутск, 2025 г.

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Дисциплина «Антикризисный PR» обеспечивает формирование следующих компетенций с учётом индикаторов их достижения

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
ОПК ОС-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК ОС-7.2

1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результат обучения
ОПК ОС-7.2	Участствует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в условиях кризисных ситуаций, прогнозируя эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знать основные понятия и принципы антикризисного PR Уметь практически использовать методы антикризисного PR в современных российских условиях Владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

2 Место дисциплины в структуре ООП

Изучение дисциплины «Антикризисный PR» базируется на результатах освоения следующих дисциплин/практик: «Основы public relations», «Конфликтология», «Теория и практика рекламы»

Дисциплина является предшествующей для дисциплин/практик: «Имиджмейкинг», «Креатив в digital-коммуникациях», «Медиапланирование», «Основы менеджмента», «Производственная практика: профессионально-творческая практика»

3 Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет – 4 ЗЕТ

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах (Один академический час соответствует 45 минутам астрономического часа)	
	Всего	Семестр № 4
Общая трудоемкость дисциплины	144	144
Аудиторные занятия, в том числе:	48	48
лекции	32	32
лабораторные работы	0	0
практические/семинарские занятия	16	16
Контактная работа, в том числе	0	0
в форме работы в электронной информационной образовательной среде	0	0
Самостоятельная работа (в т.ч.	60	60

курсовое проектирование)		
Трудоемкость промежуточной аттестации	36	36
Вид промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине)	Экзамен	Экзамен

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Сводные данные по содержанию дисциплины

Семестр № 4

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Виды контактной работы						СРС		Форма текущего контроля
		Лекции		ЛР		ПЗ(СЕМ)		№	Кол. Час.	
		№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия	1, 2	6			1	2	1	20	
2	Понятия и принципы антикризисного PR	3	3			2	2			Творческое задание
3	Содержание антикризисного PR	4, 5	6			3	2			
4	Практика антикризисного PR	6, 7, 8	9			4	2			Доклад
5	Практика отношений со СМИ в антикризисном PR	9	3			5, 6	4	2	15	
6	Антикризисный PR в процедурах банкротства	10, 11	5			7	2	3	25	Творческое задание
7	Роль СМИ в развитии кризисов репутации.					8	2			Доклад
	Промежуточная аттестация								36	Экзамен
	Всего		32				16		96	

4.2 Краткое содержание разделов и тем занятий

Семестр № 4

№	Тема	Краткое содержание
1	Кризис репутации: сущность, причины, механизм, последствия	Репутация как актив организации и как условие ведения бизнеса. Концепция заинтересованных лиц организации. Репутация организации

		в восприятии различных заинтересованных лиц. Кризис репутации: определение, механизм развития и последствия. Причины кризисов репутации.
2	Понятия и принципы антикризисного PR	Понятия и термины антикризисного PR. Внутренний антикризисный PR. Внешний антикризисный PR. Принципы упреждения, срочности, честности в антикризисном PR. Принцип отказа от «страусиной политики» в антикризисном PR. Возможность и необходимость планирования антикризисного PR. Роль различных руководства организации в антикризисном PR.
3	Содержание антикризисного PR	Этапы антикризисного PR: прогнозирование, планирование, подготовка мероприятий антикризисного PR; упреждение, нейтрализация кризиса; послекризисные мероприятия. Содержание различных этапов антикризисного PR.
4	Практика антикризисного PR	Прогнозирование и планирование антикризисного PR на основе ранжированного перечня рисков организации. Методы разработки планов антикризисного PR. Содержание планов антикризисного PR. Планирование сообщений во времени, разным адресатам (заинтересованным лицам), по разным информационным каналам в отношении различных кризисов организации. Шаблоны сообщений. Распределение ролей при реализации мероприятий антикризисного PR.
5	Практика отношений со СМИ в антикризисном PR	Правовые основы взаимоотношений со СМИ. Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ. Методы борьбы с рейдерскими атаками с использованием СМИ.
6	Антикризисный PR в процедурах банкротства	Современное отношение общественного мнения к системе несостоятельности и к процедурам банкротства в России. Соотношение форм и методов антикризисного PR с положениями законодательства о несостоятельности. Специфика антикризисного PR в процедурах банкротства: проблемы финансирования, организации, реализации. Адресаты антикризисного PR в процедурах банкротства. Антикризисный PR в процедуре наблюдения. Антикризисный PR в процедуре финансового оздоровления. Антикризисный PR во внешнем управлении. Антикризисный PR в конкурсном производстве.
7	Роль СМИ в развитии кризисов репутации.	Роль СМИ в развитии кризисов репутации. Специфический характер спектра вовлеченности заинтересованных лиц в различные кризисы организации.

4.3 Перечень лабораторных работ

Лабораторных работ не предусмотрено

4.4 Перечень практических занятий

Семестр № 4

№	Темы практических (семинарских) занятий	Кол-во академических часов
1	Предмет, метод и содержание курса «Антикризисный PR и GR»	2
2	Кризис и антикризисные коммуникации.	2
3	Типология кризисов	2
4	Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях	2
5	Технологии предотвращения экстремальных ситуаций	2
6	Антикризисные коммуникации в условиях информационной войны	2
7	Антикризисные GR- практики в России: работа с органами государственной власти.	2
8	GR-практики российских консалтинговых агентств (out-house GR)	2

4.5 Самостоятельная работа

Семестр № 4

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Выполнение письменных творческих работ (писем, докладов, сообщений, ЭССЕ)	20
2	Подготовка к практическим занятиям	15
3	Подготовка к экзамену	25

В ходе проведения занятий по дисциплине используются следующие интерактивные методы обучения: Дискуссии, Деловые игры, кейс-технологии

5 Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины

5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

5.1.1 Методические указания для обучающихся по практическим занятиям

Другова Е.С. Методические указания для обучающихся по практическим работам (Антикризисный PR). Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (очная форма обучения) / Е.С. Другова. – Иркутск: ИРНИТУ, 2021.

5.1.2 Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе:

Другова Е.С. Методические указания для обучающихся по самостоятельным работам (Антикризисный PR). Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (очная форма обучения) / Е.С. Другова. – Иркутск: ИРНИТУ, 2021.

6 Фонд оценочных средств для контроля текущей успеваемости и проведения промежуточной аттестации по дисциплине

6.1 Оценочные средства для проведения текущего контроля

6.1.1 семестр 4 | Доклад

Описание процедуры.

Во время обучения в вузе студент должен выполнять различные виды работ, одной из них является доклад. Он является самым первым самостоятельным опытом исследования для студента. После доклада следуют рефераты, курсовые, дипломные и магистерские работы. Определение доклада Доклад представляет собой научно-исследовательскую работу, автор которой раскрывает суть исследуемой темы, рассматривает ее со всех точек зрения и высказывает собственный взгляд на проблему. Доклад бывает двух видов – устный и письменный. Однако не зависимо от его вида, в докладе должны сочетаться три качества исследователя – умение провести анализ и преподнести результаты исследования, а также ответить на поставленные вопросы.

Чтобы написать полноценный и качественный доклад студент должен придерживаться следующего плана работы: Прежде всего, необходимо подобрать и проанализировать источники по теме. Рекомендуются для работы использовать около 8-10 источников. Затем следует составить библиографию и приступить к обработке и систематизации материала, а также подготовке выводов и обобщений. Следующим этапом будет составление плана доклада и его написания. Завершающий шаг – публичное выступление.

При подготовке докладов-презентаций – исследование, интерпретация и демонстрация материала по выбранной проблематике с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой. Ориентированы на индивидуальное интеллектуальное и творческое развитие. Также выступает как одна из форм групповой работы по: - единой проблеме и одинаковым вопросам; - различным проблемам; - общей проблеме, но различным ее аспектам. Направлены на фиксацию, рецензирование, систематизацию, демонстрацию фактического материала и составление суждения с последующим обсуждением в группе. При анализе данных вопросов и при раскрытии их в эссе необходимо учитывать структуру эссе. Обозначить актуальность поставленной проблемы, ее значимость в настоящее время. Раскрыть основное содержание, приводя конкретные примеры российской и зарубежной рекламы. Сделать вывод.

Темы докладов:

- 1 Типичные коммуникационные ошибки предприятий в период развития кризиса.
- 2 Управление кризисными ситуациями в коллективе.
- 3 Кризис как фактор новых возможностей предприятия.
- 4 Какова роль политических партий в обеспечении конструктивного взаимодействия бизнеса и власти?
- 5 Значение фактора времени в коммуникативной антикризисной стратегии предприятия.
- 6 СМИ как ключевая аудитория организации в период кризиса.
- 7 Роль общественного мнения для организации в период кризиса.
- 8 Теория и практика взаимодействия со СМИ.
- 9 Навыки написания пресс-релизов и другой информационной продукции.
- 10 Особенности принятия решений в условиях информационной кампании.
- 11 Основные способы снижения стрессовой нагрузки при проведении информационной кампании.
- 12 Каковы Особенности взаимодействия бизнеса и власти на региональном уровне.
- 13 Особенности когнитивного антикризисного моделирования.
- 14 Действия групп PR- и GR- после локализации кризиса во внешней среде.

- 15 Типичные ошибки в действиях руководства в кризисной ситуации.
- 16 Назовите основные циклы действий по управлению конфликтом.
- 17 Типичные коммуникационные ошибки предприятий в период развития кризиса.

Критерии оценивания.

Система оценивания предназначена для комплексной проверки уровня овладения знаниями и умениями, продемонстрированными студентами в докладе. Ниже приведены критерии и балльная система оценки, соответствующие традиционной пятибалльной шкале.

Критерии оценивания:

Актуальность и научная ценность темы(0–10 баллов)Насколько правильно выбрана тема, насколько важна и интересна она в контексте дисциплины, представлена ли актуальность и научно-практическая значимость.

Логичность и структура изложения(0–10 баллов)Четкость структуры доклада, логичность повествования, наличие вступления, основного раздела и заключения.

Объем и глубина теоретического материала(0–10 баллов)Адекватность объема и количества представленных теоретических положений, фактов и законов, а также глубина раскрытия темы.

Использованная литература и источники(0–10 баллов)Количество и качество использованных источников, соответствие современным научным публикациям и материалам специализированной литературы.

Практическая значимость и прикладные аспекты(0–10 баллов)Наличие выводов и предложений, основанных на анализе реальных рекламных кампаний, полезность полученных результатов для будущей профессиональной деятельности.

Наглядность и оформление(0–10 баллов)Внешнее оформление доклада, наглядность (таблицы, рисунки, схемы), грамотность изложения, адекватность выбранных визуальных средств.

Устное выступление и презентация(0–10 баллов)Умение выступать публично, владеть речью, удерживать внимание аудитории, использование презентационных средств.

Ответы на вопросы(0–10 баллов)Способность быстро и грамотно отвечать на вопросы, демонстрируя глубину знаний и готовность защищать свою позицию.

Суммарная оценка:

Общая сумма баллов по восьми критериям составляет максимум 80 баллов, где каждый критерий оценивается отдельно по 10-балльной шкале.

Затем суммарная оценка конвертируется в традиционную пятибалльную систему:

80–70 баллов → «отлично» (оценка «5»)

69–60 баллов → «хорошо» (оценка «4»)

59–50 баллов → «удовлетворительно» (оценка «3»)

Менее 50 баллов → «неудовлетворительно» (оценка «2»).

6.1.2 семестр 4 | Творческое задание

Описание процедуры.

Цель выполнения творческого задания состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления, подготовке студентов к самостоятельной научной деятельности, развитии и воспитании широко образованной, культурной, творческой, инициативной и

предприимчивой личности. Выполнение творческих заданий позволяет студентам находить необычные решения для поставленных задач, структурировать информацию, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать психологические феномены соответствующими примерами, аргументировать свои выводы.

Важнейшим условием развития творчества студентов является совместная с преподавателем исследовательская деятельность. Она возможна лишь тогда, когда решается задача, ответ на которую не знает ни студент, ни преподаватель. В этих условиях задача превращается из учебной в научную или прикладную проблему, что побуждает к творческой деятельности. Особое значение приобретают мотивы самореализации, социальные мотивы, мотивы соревнования и др., для актуализации этих мотивов и формирования внутренней мотивации особое значение имеет личностная включённость преподавателя в совместную деятельность со студентом.

Пример задания:

Предприниматель стоит перед выбором, сколько закупить товара: 100 единиц или 200 единиц. При закупке 100 единиц товара затраты составят 120 руб. за единицу, а при закупке 200 единиц – 100 руб. за единицу. Предприниматель данный товар будет продавать по 180 руб. за единицу. Однако он не знает, будет ли спрос на него. Весь не проданный в срок товар может быть реализован только по цене 90 руб. и менее. При продаже товара вероятность составляет «50 50», т.е. существует вероятность 0,5 для продажи 100 единиц товара и 0,5 для продажи 200 единиц товара. Определите прибыль при продаже 100 и 200 единиц товара, среднюю ожидаемую прибыль, ожидаемую стоимость информации при условии определенности и неопределенности.

Критерии оценивания.

- соответствие содержания творческой работы заявленной тематике
- актуальность конкурсной работы
- полнота и образность раскрытия темы
- глубина содержания и уровень раскрытия темы
- творческая индивидуальность
- оригинальность идеи, новаторство, творческий подход
- перспективность внедрения в практику
- выраженность гражданской позиции
- выразительность применяемых методов
- социальная значимость

Суммарная оценка конвертируется в традиционную пятибалльную систему:

80–70 баллов → «отлично» (оценка «5»)

69–60 баллов → «хорошо» (оценка «4»)

59–50 баллов → «удовлетворительно» (оценка «3»)

Менее 50 баллов → «неудовлетворительно» (оценка «2»).

6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

6.2.1 Критерии и средства (методы) оценивания индикаторов достижения компетенции в рамках промежуточной аттестации

Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Средства (методы) оценивания промежуточной аттестации
ОПК ОС-7.2	Применяет правильные подходы в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в условиях кризисных ситуаций, прогнозируя эффекты и последствия профессиональной деятельности	Устный опрос и/или тестирование

6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

6.2.2.1 Семестр 4, Типовые оценочные средства для проведения экзамена по дисциплине

6.2.2.1.1 Описание процедуры

Перечень теоретических вопросов и заданий для подготовки к экзамену выдается студентам за 1 месяц до промежуточной аттестации.

К экзамену допускаются студенты, полностью выполнившие учебную программу дисциплины (включая все практические работы).

Если студент имеет зачет оценку «неудовлетворительно», то положительная итоговая оценка по предмету не выставляется.

Устный экзамен по дисциплине проводится в соответствии с государственными общеобразовательными стандартами. Экзамен проводится и использованием комплекта билетов. Количество билетов должно превышать количество учащихся в группе.

Экзаменационные билеты должны содержать два теоретических вопроса и задачу.

Расположив на столе экзаменационные билеты в произвольном порядке, преподаватель приглашает к столу учащегося. Выбрав билет, учащийся называет вслух его номер.

Преподаватель записывает номер билета в экзаменационную ведомость и выдает учащемуся проштампованный лист для подготовки ответа. Одновременно в аудитории готовится к ответу должны не более 5 человек. Время подготовки к ответу, в зависимости от сложности предмета 20-40 мин. Учащиеся приступают в работе над ответами на билеты. Задача преподавателя на этом этапе контролировать ситуацию. Учащиеся, нарушающие дисциплину (устраивающие переговоры, списывающие и т.д.) лишаются права сдавать экзамен.

Вопросы к экзамену:

- 1 Антикризисный PR: опыт российских и зарубежных компаний.
- 2 Примеры антикризисных PR кампаний.
- 3 Типичные коммуникационные ошибки предприятий в период развития кризиса.
- 4 Управление кризисными ситуациями в коллективе.
- 5 Кризис как фактор новых возможностей предприятия.
- 6 Какова роль политических партий в обеспечении конструктивного взаимодействия бизнеса и власти?
- 7 Значение фактора времени в коммуникативной антикризисной стратегии предприятия.
- 8 СМИ как ключевая аудитория организации в период кризиса.
- 9 Роль общественного мнения для организации в период кризиса.
- 10 Теория и практика взаимодействия со СМИ.

- 11 Навыки написания пресс-релизов и другой информационной продукции.
- 12 Особенности принятия решений в условиях информационной кампании.
- 13 Основные способы снижения стрессовой нагрузки при проведении информационной кампании.
- 14 Каковы Особенности взаимодействия бизнеса и власти на региональном уровне.
- 15 Особенности когнитивного антикризисного моделирования.
- 16 Действия групп PR- и GR- после локализации кризиса во внешней среде.
- 17 Типичные ошибки в действиях руководства в кризисной ситуации.
- 18 Назовите основные циклы действий по управления конфликтом.
- 19 Типичные коммуникационные ошибки предприятий в период развития кризиса.
- 20 Управление кризисными ситуациями в коллективе.
- 21 Кризис как фактор новых возможностей предприятия.
- 22 Какова роль политических партий в обеспечении конструктивного взаимодействия бизнеса и власти?
- 23 Значение фактора времени в коммуникативной антикризисной стратегии предприятия.
- 24 СМИ как ключевая аудитория организации в период кризиса.
- 25 Роль общественного мнения для организации в период кризиса.
- 26 Теория и практика взаимодействия со СМИ.
- 27 Навыки написания пресс-релизов и другой информационной продукции.
- 28 Особенности принятия решений в условиях информационной кампании.
- 29 Основные способы снижения стрессовой нагрузки при проведении информационной кампании.
- 30 Значение фактора времени в коммуникативной антикризисной стратегии предприятия

6.2.2.1.2 Критерии оценивания

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
<p>знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные:</p> <ul style="list-style-type: none"> • студент свободно владеет научными понятиями; • студент способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений 	<p>знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; раскрыто содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • в ответе имеют место несущественные фактические ошибки, которые студент способен исправить самостоятельно, 	<p>знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью содержания билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные вопросы билета:</p> <ul style="list-style-type: none"> • программные материал в основном излагается, но допущены фактические ошибки; • ответ носит репродуктивный 	<p>обнаружено незнание студентом сущностной части материала дисциплины;</p> <ul style="list-style-type: none"> • допускаются существенные фактические ошибки, которые студент не может исправить самостоятельно; <p>На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена студент затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>

<p>существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;</p> <ul style="list-style-type: none"> • логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; • ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью студента; • ответ иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики; • студент демонстрирует умение вести диалог и вступать в научную дискуссию 	<p>благодаря наводящему вопросу;</p> <ul style="list-style-type: none"> • недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; • недостаточно логично построено изложение вопроса; • ответ прозвучал недостаточно уверенно; • студент не смог показать способность к интеграции и адаптации знаний или теории и практики. 	<p>характер;</p> <ul style="list-style-type: none"> • студент не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты; • нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала; • у студента отсутствуют представления о межпредметных связях. 	
--	---	---	--

7 Основная учебная литература

1. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие для вузов по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков, 2016. - 323.
2. Попов Р. А. Антикризисное управление : учебник для вузов / Р. А. Попов, 2008. - 479.

8 Дополнительная учебная литература и справочная

1. Кукушкина В. В. Антикризисный менеджмент : монография / В. В. Кукушкина, 2013. - 328.
2. Шарков Ф. И. Реклама в коммуникационном процессе : учебник для вузов по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков, 2009. - 347.
3. Шарков Ф. И. Паблик рилейшнз : учебник для вузов по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков, 2009. - 329.

4. Шарков Ф. И. Деловые коммуникации : учебник для вузов по направлениям подготовки 38.03.02.62 "Менеджмент", 38.03.03.62 "Управление персоналом", 38.03.04.62 "Государственное и муниципальное управление" (квалификация (степень) "бакалавр") / Ф. И. Шарков, Л. В. Комарова, 2016. - 221.

5. Фомин Я.А. Диагностика кризисного состояния предприятия : учеб. пособие для вузов по специальностям 061700 "Статистика", 351000 "Антикризис. упр." и др. экон. специальностям / Я.А. Фомин, 2003. - 349.

9 Ресурсы сети Интернет

1. <http://library.istu.edu/>
2. <https://e.lanbook.com/>

10 Профессиональные базы данных

1. <http://new.fips.ru/>
2. <http://www1.fips.ru/>

11 Перечень информационных технологий, лицензионных и свободно распространяемых специализированных программных средств, информационных справочных систем

1. Microsoft Windows Seven Professional (Microsoft Windows Seven Starter) - Seven, Vista, XP_prof_64, XP_prof_32 - поставка 2010
2. Microsoft Office 2007 Standard - 2003 Suites и 2007 Suites - поставка 2010

12 Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Мультипроектор ViewSonic PJ406D
2. ноутбук Samsung CEL M440 1.86/1024/120