

**Министерство науки и высшего образования РФ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

---

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и связи с общественностью в цифровой среде

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

**Рабочая программа дисциплины**  
**АНТИКРИЗИСНЫЙ PR**

|                                                                         |                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| <b>Блок:</b>                                                            | <b>Блок 1 «Дисциплины (модули)»</b>                             |
| <b>Часть образовательной программы:</b>                                 | <b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b> |
| <b>№ дисциплины по учебному плану:</b>                                  | <b>Б1.Ч.09</b>                                                  |
| <b>Трудоемкость в зачетных единицах:</b>                                | <b>7 семестр - 4;</b>                                           |
| <b>Часов (всего) по учебному плану:</b>                                 | <b>144 часа</b>                                                 |
| <b>Лекции</b>                                                           | <b>7 семестр - 20 часов;</b>                                    |
| <b>Практические занятия</b>                                             | <b>7 семестр - 20 часов;</b>                                    |
| <b>Лабораторные работы</b>                                              | <b>не предусмотрено учебным планом</b>                          |
| <b>Консультации</b>                                                     | <b>7 семестр - 2 часа;</b>                                      |
| <b>Самостоятельная работа</b>                                           | <b>7 семестр - 101,5 часа;</b>                                  |
| <b>в том числе на КП/КР</b>                                             | <b>не предусмотрено учебным планом</b>                          |
| <b>Иная контактная работа</b>                                           | <b>проводится в рамках часов аудиторных занятий</b>             |
| <b>включая:</b><br>Тестирование<br>Контрольная работа<br>Эссе<br>Доклад |                                                                 |
| <b>Промежуточная аттестация:</b>                                        |                                                                 |
| <b>Экзамен</b>                                                          | <b>7 семестр - 0,5 часа;</b>                                    |

**Москва 2025**

## ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

|                                                                                   |                                                    |                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                             |
|                                                                                   | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                             |
|                                                                                   | Владелец                                           | Юдин И.В.                   |
|                                                                                   | Идентификатор                                      | R8a1472e1-YudinIvV-667968f0 |

И.В. Юдин

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
образовательной  
программы

|                                                                                   |                                                    |                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                               |
|                                                                                   | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                               |
|                                                                                   | Владелец                                           | Кахальников М.В.              |
|                                                                                   | Идентификатор                                      | R7ecedcd1-KakhnikovMV-51d2b6} |

М.В.  
Кахальников

Заведующий выпускающей  
кафедрой

|                                                                                   |                                                    |                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                              |
|                                                                                   | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                              |
|                                                                                   | Владелец                                           | Курилов С.Н.                 |
|                                                                                   | Идентификатор                                      | R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde |

С.Н. Курилов

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** формирование навыков использования техник и технологий связей с общественностью в период кризисных ситуаций, как на организационном уровне, так и в системе государственного и муниципального управления.

### Задачи дисциплины

- понимать природу современных связей с общественностью;
- изучить современные принципы антикризисного управления;
- выявлять и анализировать основные стратегии и тактики антикризисных PR-кампаний;
- раскрыть основные составляющие планирования, организации и проведения антикризисных PR-кампаний;
- применять различные методы решения организационных, технологических и других проблем в ходе проведения PR-кампаний в условиях кризисных ситуаций.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

| Код и наименование компетенции                                                                                                  | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                        | Запланированные результаты обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| пк-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации | ИД-2 <sub>пк-1</sub> Демонстрирует способности выбирать оптимальную PR-стратегию                                            | знать:<br>- основные виды PR-деятельности в некоммерческих и бизнес организациях с учетом специфики работы самих этих структур и их классификации.<br><br>уметь:<br>- выстраивать стратегию коммуникационного действия в кризисной ситуации и находить методы решения коммуникационных проблем в контексте всех имеющихся регуляторов (экономических, политических, социальных и т. д.).              |
| пк-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации | ИД-3 <sub>пк-1</sub> Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний | уметь:<br>- прогнозировать и моделировать социальные последствия принимаемых решений в сфере коммуникационного менеджмента, на этой основе добиваться оптимальных управленческих решений, сочетающих в себе как повышение качества жизни людей, так и решение институциональных задач;<br>- применять основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России в кризисных ситуациях. |

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Реклама и связи с общественностью в цифровой среде (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Требования к входным знаниям и умениям:

- знать основные теоретические концепции теории коммуникации в зарубежной и отечественной исследовательских традициях
- знать структуру взаимодействия СМИ и аудитории, характер коммуникационных связей в обществе как информационно-знаковых систем
- уметь использовать теоретические знания в анализе текущих коммуникационных процессов в обществе, а также в совершенствовании профессионального мастерства

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

| №<br>п/п | Разделы/темы<br>дисциплины/формы<br>промежуточной<br>аттестации                                                                                                                                                                                            | Всего часов<br>на раздел | Семестр | Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы |     |    |              |    |      |    |    |                      |                                         | Содержание самостоятельной работы/<br>методические указания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------|----------------------------------------------------------------------|-----|----|--------------|----|------|----|----|----------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                                                                                                                                                                                                                                                            |                          |         | Контактная работа                                                    |     |    |              |    |      |    |    | СР                   |                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|          |                                                                                                                                                                                                                                                            |                          |         | Лек                                                                  | Лаб | Пр | Консультация |    | ИКР  |    | ПА | Работа в<br>семестре | Подготовка к<br>аттестации<br>/контроль |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|          |                                                                                                                                                                                                                                                            |                          |         |                                                                      |     |    | КПР          | ГК | ИККП | ТК |    |                      |                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 1        | 2                                                                                                                                                                                                                                                          | 3                        | 4       | 5                                                                    | 6   | 7  | 8            | 9  | 10   | 11 | 12 | 13                   | 14                                      | 15                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 1        | Внутренняя и<br>внешняя среда<br>организации.<br>Этические аспекты<br>антикризисного PR.<br>Основные<br>докризисные<br>мероприятия<br>организации в рамках<br>кампании по связям с<br>общественностью.<br>Стадия кризиса и<br>посткризисные<br>мероприятия | 22                       | 7       | 4                                                                    | -   | 4  | -            | -  | -    | -  | -  | 14                   | -                                       | <b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b><br>Изучение материала по разделу "Внутренняя<br>и внешняя среда организации. Этические<br>аспекты антикризисного PR" подготовка к<br>выполнению заданий на практических<br>занятиях<br><b><u>Самостоятельное изучение<br/>теоретического материала:</u></b> Изучение<br>дополнительного материала по разделу<br>"Внутренняя и внешняя среда организации.<br>Этические аспекты антикризисного PR"<br><b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b><br>Повторение материала по разделу<br>"Внутренняя и внешняя среда организации.<br>Этические аспекты антикризисного PR"<br><b><u>Изучение материалов литературных<br/>источников:</u></b><br>[3], 3-100 |
| 1.1      | Внутренняя и<br>внешняя среда<br>организации.<br>Этические аспекты<br>антикризисного PR                                                                                                                                                                    | 11                       |         | 2                                                                    | -   | 2  | -            | -  | -    | -  | -  | 7                    | -                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 1.2      | Основные<br>докризисные<br>мероприятия<br>организации в рамках<br>кампании по связям с<br>общественностью.<br>Стадия кризиса и<br>посткризисные<br>мероприятия                                                                                             | 11                       |         | 2                                                                    | -   | 2  | -            | -  | -    | -  | -  | 7                    | -                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|     |                                                                                                  |    |  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|--|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2   | Основы планирования антикризисных коммуникаций                                                   | 22 |  | 4 | - | 4 | - | - | - | - | - | 14 | - | <b><u>Подготовка к контрольной работе:</u></b><br>Изучение материалов по разделу "Основы планирования антикризисных коммуникаций" и подготовка к контрольной работе                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 2.1 | Правила поведения и практические рекомендации в отношениях со СМИ                                | 11 |  | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | 7  | - | <b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b><br>Повторение материала по разделу "Основы планирования антикризисных коммуникаций"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 2.2 | Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании.<br>Содержание планов антикризисного PR | 11 |  | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | 7  | - | <b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Основы планирования антикризисных коммуникаций"<br><b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b> Изучение материала по разделу "Основы планирования антикризисных коммуникаций" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях<br><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b><br>[4], 5-120                                                                                                                            |
| 3   | Принципы организации антикризисной PR-кампании                                                   | 36 |  | 6 | - | 6 | - | - | - | - | - | 24 | - | <b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Принципы организации антикризисной PR-кампании"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 3.1 | Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса                          | 12 |  | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | 8  | - | <b><u>Подготовка расчетно-графического задания:</u></b> В рамках расчетно-графического задания выполняется реферат (альтернатива: эссе) с элементами проектирования. Задание выполняется индивидуально по тематике. В качестве тем задания применяются следующие: 1. Кризис репутации организации: сущность, причины, механизм, последствия. 2. Понятия и принципы антикризисного PR. 3. Понятие кризиса в социально-экономическом развитии и причины его возникновения. 4. Факторы и признаки кризисных явлений в экономике предприятия. 5. Типы поведения фирмы в |
| 3.2 | Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении                                | 12 |  | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | 8  | - |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 3.3 | Связи с общественностью при банкротстве организации                                              | 12 |  | 2 | - | 2 | - | - | - | - | - | 8  | - |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

[illegible]



|     |                                                          |       |    |   |    |   |   |   |     |       |    |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----|----------------------------------------------------------|-------|----|---|----|---|---|---|-----|-------|----|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                          |       |    |   |    |   |   |   |     |       |    |      | внешнего управляющего. 41. Правовые вопросы арбитражного управления. Имидж арбитражного управляющего. 42. Упреждающие методы арбитражного управления в связях с общественностью. 43. Публичное заявление арбитражных управляющих. Виды публичных заявлений.<br><b><u>Подготовка к практическим занятиям:</u></b><br>Изучение материала по разделу "Принципы организации антикризисной PR-кампании" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях<br><b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b><br>[1], 23-56 |
| 4   | Система антикризисного управления персоналом предприятия | 28    | 6  | - | 6  | - | - | - | -   | -     | 16 | -    | <b><u>Подготовка к текущему контролю:</u></b><br>Повторение материала по разделу "Система антикризисного управления персоналом предприятия"<br><b><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u></b> Изучение дополнительного материала по разделу "Система антикризисного управления персоналом предприятия"                                                                                                                                                                                                                |
| 4.1 | Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса    | 12    | 2  | - | 2  | - | - | - | -   | -     | 8  | -    | <b><u>Изучение материалов литературных источников:</u></b><br>[2], 5-123                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 4.2 | Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии     | 16    | 4  | - | 4  | - | - | - | -   | -     | 8  | -    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|     | Экзамен                                                  | 36.0  | -  | - | -  | - | 2 | - | -   | 0.5   | -  | 33.5 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|     | Всего за семестр                                         | 144.0 | 20 | - | 20 | - | 2 | - | -   | 0.5   | 68 | 33.5 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|     | Итого за семестр                                         | 144.0 | 20 | - | 20 | 2 | - | - | 0.5 | 101.5 |    |      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

**Примечание:** Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПП – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

### 3.2 Краткое содержание разделов

#### 1. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия

##### 1.1. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR

Понятие PR. Р. Харлоу о понятии PR. Определения PR в современной науке. Сущность и содержание рекламы. Основные профессиональные термины и понятия. Соотношение понятий «связи с общественностью», «пропаганда», «реклама», «журналистика», «научно-информационная деятельность». Виды связей с общественностью (цветной PR). Социальные, экономические и политические предпосылки возникновения и развития связей с общественностью. Этапы становления профессиональной PR-деятельности. Исторические корни рекламы и PR (Древний Рим, Древняя Греция). Возникновение профессиональной рекламной и PR-деятельности. Современный этап развития PR и рекламы. Рекламная и PR-деятельность как индустрия в различных странах мира, ее потребители. Становление рекламной и PR-деятельности в 90-х гг. XX в. в России. Особенности развития рекламы и связей с общественностью в Российской Федерации. Подготовка PR-специалистов в России за рубежом..

##### 1.2. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия

Основные организационные структуры рекламной и PR служб. Рекламное, PR агентство: структура, организация. Функции рекламной и PR служб. Место отдела рекламы и PR в структуре организации. Коммуникационная среда предприятия; виды коммуникаций. Взаимодействие службы PR с центральным аппаратом организации. Должностные обязанности специалиста в сфере рекламных и PR коммуникаций. Кадровый состав отдела. Сторонняя организация: достоинства и недостатки в сравнении с отделом внутри организации. Роль PR и рекламы в государственной системе. Цели, задачи, принципы и функции связей с общественностью в системе государственного управления. Модели связей с общественностью в государственном секторе: властвования и подчинения, переходная, управленческая. Структура российского государственного PR-рынка. Специфика функционирования службы по связям с общественностью на различных уровнях государственной власти. Методы работы с целевыми группами общественности. Взаимодействие государственных структур со СМИ. Отличия в PR-структурах в государственном и бизнес управлении..

#### 2. Основы планирования антикризисных коммуникаций

##### 2.1. Правила поведения и практические рекомендации в отношениях со СМИ

Цели рекламной и PR деятельности: продвижение на рынок товаров, продуктов и услуг, создание известности политическому лидеру, поиск и сплочение сторонников определенных идей или социальных институтов. Виды корпоративных документов: информационные, имиджевые корпоративные документы, рекламная продукция. Презентационный буклет, годовой отчет, письмо акционерам, летопись фирмы, биография руководства, слайдовый видеофильм. Место и роль рекламной и PR структуры в коммерческой организации. Цели, задачи, функции и особенности подразделения. Теория интегрированных маркетинговых коммуникаций. Реклама, PR и маркетинг: общие черты и различия. Основные цели и направления деятельности PR-отдела в коммерческих организациях. Спонсорство и благотворительность. Корпоративная и коммерческая реклама. Паблицити и мерчандайзинг. Организационные формы: PR-отдел, отдел корпоративных коммуникаций и корпоративных отношений. Специфика рекламной и PR-деятельности в промышленных, финансовых,

коммерческих корпорациях. Реклама и PR как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем..

## 2.2. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR

Основные виды специальных рекламных, PR-мероприятий и пресс-мероприятий. Церемонии открытия: цели, особенности подготовки, составление программы и сценария. Презентации и приемы: цели, этапы. Сценарий проведения мероприятий. Конференции: основные виды, этапы проведения. Организация дней открытых дверей, «круглых столов». Информационное сопровождение. Публичные выступления. Организация и проведение фестивалей и конкурсов. Использование знаменитостей. Брифинги и пресс-конференции: подготовка и проведение. Интервью. Интервью для печати. Интервью на TV. Пресс-релиз. Типы пресс-релизов. Бэкграундер, медиа-кит, обзорные статьи, авторские материалы в системе медиа-рилейшинз. Роль исследований в планировании PR-стратегии организации. Исследование и формулирование проблем, стоящих перед организацией. SWOT-анализ. Коммуникационный аудит. Исследование внешних и внутренних групп общественности. Выбор методов исследования. Первичные исследования. Прямое наблюдение. Виды социологических опросов. Глубинные, экспертные и фокусированные интервью. Модератор и его задачи в проведении фокус-групп. Современные методики обработки статистически значимых массивов данных. Информационный маркетинг. Повторные (мониторинговые и сравнительные) исследования. Мониторинг состояний информационной среды. Методы сбора информации. Первичные и вторичные источники информации. Пресс-клиппинг..

## 3. Принципы организации антикризисной PR-кампании

### 3.1. Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса

Функции литературной группы. Редактирование информационных листов и многотиражных газет. Роль рекламного менеджера и специалиста по связям со СМИ. Формирование и ведение баз медиа-данных. Участие в профессиональных объединениях журналистов. Подготовка и рассылка пресс-релизов, организация пресс-мероприятий. Креативные технологии в работе PR-отдела. Создание рекламной и имиджевой продукции, представительских фильмов и роликов. Этапы антикризисного PR и их содержание. Типовой план антикризисного PR. Маркетинг событий. Выставка, как одно из главных рекламных/PR мероприятий, особенности и этапы подготовки и участия. Принципы взаимодействия с внешним PR-агентством в рамках реализации антикризисной PR-кампании..

### 3.2. Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении

Квалификационные характеристики специалиста по рекламе и PR. Колесо образования С. Блэка. Практические навыки и умения в сфере рекламы и PR. Организационные аспекты антикризисного PR: ответственные лица, структуры и планирование. Особенности работы с различными заинтересованными сторонами в антикризисном PR. Этика и профессионализм. Выработка определенных стандартов поведения в соответствии с моральными ценностями и культурными нормами. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов в области связей с общественностью и рекламы; крупнейшие международные и национальные агентства; профессиональные издания. Законодательные нормы, применяемые в «public relations» и рекламе..

### 3.3. Связи с общественностью при банкротстве организации

Антикризисный PR в процедурах банкротства: содержательные и финансовые аспекты..

#### 4. Система антикризисного управления персоналом предприятия

##### 4.1. Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса

Современные методики системного анализа. Ситуационный анализ. Факторный анализ. Коммуникационный анализ. Контент-анализ. PR-менеджер. Менеджер по рекламе. Пресс-секретарь. Менеджер по работе со СМИ. Специалист по медиапланированию. Спичрайтер. Копирайтер. Стимулирование деятельности штатных сотрудников заинтересованными специалистами. Маркетинг событий. Выставка, как одно из главных рекламных/PR мероприятий, особенности и этапы подготовки и участия. Психологические характеристики специалиста. Образовательные программы. Спиндоктор. Лоббист. Консультант по PR. Имиджмейкер..

##### 4.2. Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии

Понятие конфликта в организации. Конфликт между работником и работодателем. Механизмы устранения трудовых конфликтов. Конфликт между сотрудниками. Медиаторство..

#### **3.3. Темы практических занятий**

1. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR;
2. Правила поведения и практические рекомендации в отношениях со СМИ;
3. Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии;
4. Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса;
5. Связи с общественностью при банкротстве организации;
6. Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении;
7. Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса;
8. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия.

#### **3.4. Темы лабораторных работ** не предусмотрено

#### **3.5 Консультации**

##### Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR"
2. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Основы планирования антикризисных коммуникаций"
3. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Принципы организации антикризисной PR-кампании"
4. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Система антикризисного управления персоналом предприятия"

#### **3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ**

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

### 3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

| Запланированные результаты обучения по дисциплине<br>(в соответствии с разделом 1)                                                                                                                                                                                        | Коды<br>индикаторов  | Номер раздела<br>дисциплины (в<br>соответствии с<br>п.3.1) |   |   |   | Оценочное средство<br>(тип и наименование)                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------|---|---|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                           |                      | 1                                                          | 2 | 3 | 4 |                                                                                                        |
| <b>Знать:</b>                                                                                                                                                                                                                                                             |                      |                                                            |   |   |   |                                                                                                        |
| основные виды PR-деятельности в некоммерческих и бизнес организациях с учетом специфики работы самих этих структур и их классификации                                                                                                                                     | ИД-2 <sub>пк-1</sub> | +                                                          |   |   |   | Тестирование/Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR. Тестирование |
| <b>Уметь:</b>                                                                                                                                                                                                                                                             |                      |                                                            |   |   |   |                                                                                                        |
| выстраивать стратегию коммуникационного действия в кризисной ситуации и находить методы решения коммуникационных проблем в контексте всех имеющихся регуляторов (экономических, политических, социальных и т. д.)                                                         | ИД-2 <sub>пк-1</sub> |                                                            | + |   |   | Контрольная работа/Основы планирования антикризисных коммуникаций                                      |
| применять основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России в кризисных ситуациях                                                                                                                                                                  | ИД-3 <sub>пк-1</sub> |                                                            |   | + |   | Эссе/Принципы организации антикризисной PR-кампании                                                    |
| прогнозировать и моделировать социальные последствия принимаемых решений в сфере коммуникационного менеджмента, на этой основе добиваться оптимальных управленческих решений, сочетающих в себе как повышение качества жизни людей, так и решение институциональных задач | ИД-3 <sub>пк-1</sub> |                                                            |   |   | + | Доклад/Система антикризисного управления персоналом предприятия. Индивидуальное задание                |

#### **4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)**

##### **4.1. Текущий контроль успеваемости**

**7 семестр**

Форма реализации: Выступление (доклад)

1. Принципы организации антикризисной PR-кампании (Эссе)

Форма реализации: Письменная работа

1. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR. Тестирование (Тестирование)
2. Основы планирования антикризисных коммуникаций (Контрольная работа)

Форма реализации: Устная форма

1. Система антикризисного управления персоналом предприятия. Индивидуальное задание (Доклад)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

##### **4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине**

Экзамен (Семестр №7)

Оценка определяется как синтезированная по совокупности результатов текущего контроля успеваемости, результатов промежуточной аттестации, в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ»

В диплом выставляется оценка за 7 семестр.

**Примечание:** Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

#### **5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

##### **5.1 Печатные и электронные издания:**

1. Бортник, Е. М. Управление связями с общественностью : Учебное пособие по специальностям "Менеджмент организации", "Антикризисное управление", "Государственное и муниципальное регулирование", "Маркетинг", "Управление персоналом", "Экономика" / Е. М. Бортник, Э. М. Коротков, А. Ю. Никитаева ; Ред. Э. М. Коротков . – М. : ФБК-ПРЕСС, 2002 . – 128 с. - ISBN 5-88103-080-X .;
2. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учебное пособие / В. М. Маслова . – 2-е изд . – М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2011 . – 207 с. - ISBN 978-5-9558-0147-6 .;
3. В. М. Чиркова- "Управление ресурсами фирмы в кризисных условиях", Издательство: "Лаборатория книги", Москва, 2012 - (144 с.)  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142709>;
4. А. Г. Милукова- "Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR: методические материалы и кейсы", Издательство: "Вузовское образование", Саратов, 2020 - (127 с.)  
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=610850>.

## **5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Видеоконференции (Майнд, Сберджаз, ВК и др).

## **5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:**

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - [http://biblioclub.ru/index.php?page=main\\_ub\\_red](http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red)
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. База данных журналов издательства Elsevier - <https://www.sciencedirect.com/>
5. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>
6. ЭБС "Консультант студента" - <http://www.studentlibrary.ru/>
7. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
8. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
9. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
10. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
11. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
12. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
13. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>
14. Информационно-справочная система «Кодекс/Техэксперт» - <Http:\\proinfosoft.ru;http://docs.cntd.ru/>
15. Национальный портал онлайн обучения «Открытое образование» - <https://openedu.ru>
16. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии - <http://protect.gost.ru/>
17. Открытая университетская информационная система «РОССИЯ» - <https://uisrussia.msu.ru>
18. Официальный сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации - <https://minobrnauki.gov.ru>
19. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки - <https://obrnadzor>
20. Федеральный портал "Российское образование" - <http://www.edu.ru>
21. Информиио - <https://www.informio.ru/>
22. АНО «Россия – страна возможностей» - <https://rsv.ru/education/>

## **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

| Тип помещения                                                           | Номер аудитории, наименование | Оснащение                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля | М-914, Учебная аудитория      | парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет |
|                                                                         | Ж-120, Машинный зал ИВЦ       | сервер, кондиционер                                                                    |

|                                                                |                                 |                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП | М-914, Учебная аудитория        | парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет                                                                                                                                                |
|                                                                | Ж-120, Машинный зал ИВЦ         | сервер, кондиционер                                                                                                                                                                                                                   |
| Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации      | М-914, Учебная аудитория        | парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет                                                                                                                                                |
|                                                                | Ж-120, Машинный зал ИВЦ         | сервер, кондиционер                                                                                                                                                                                                                   |
| Помещения для самостоятельной работы                           | НТБ-303, Лекционная аудитория   | стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер                                                                                    |
| Помещения для консультирования                                 | М-909, Помещение кафедры «РСиЛ» | кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный |
| Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря       | М-901а, Архивное помещение ГПИ  | кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул, инвентарь учебный, книги, учебники, пособия, архивные документы                                                                                                                      |

## БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

## Антикризисный PR

(название дисциплины)

## 7 семестр

**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

- КМ-1 Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR. Тестирование (Тестирование)
- КМ-2 Основы планирования антикризисных коммуникаций (Контрольная работа)
- КМ-3 Принципы организации антикризисной PR-кампании (Эссе)
- КМ-4 Система антикризисного управления персоналом предприятия. Индивидуальное задание (Доклад)

**Вид промежуточной аттестации – Экзамен.**

| Номер раздела | Раздел дисциплины                                                                                                                                                                                                   | Индекс КМ: | КМ-1 | КМ-2 | КМ-3 | КМ-4 |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------|------|------|------|
|               |                                                                                                                                                                                                                     | Неделя КМ: | 4    | 8    | 12   | 16   |
| 1             | Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия |            |      |      |      |      |
| 1.1           | Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR                                                                                                                                         |            | +    |      |      |      |
| 1.2           | Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия                                                                              |            | +    |      |      |      |
| 2             | Основы планирования антикризисных коммуникаций                                                                                                                                                                      |            |      |      |      |      |
| 2.1           | Правила поведения и практические рекомендации в отношениях со СМИ                                                                                                                                                   |            |      | +    |      |      |
| 2.2           | Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR                                                                                                                       |            |      | +    |      |      |
| 3             | Принципы организации антикризисной PR-кампании                                                                                                                                                                      |            |      |      |      |      |
| 3.1           | Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса                                                                                                                                             |            |      |      | +    |      |
| 3.2           | Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении                                                                                                                                                   |            |      |      | +    |      |
| 3.3           | Связи с общественностью при банкротстве организации                                                                                                                                                                 |            |      |      | +    |      |
| 4             | Система антикризисного управления персоналом предприятия                                                                                                                                                            |            |      |      |      |      |
| 4.1           | Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса                                                                                                                                                               |            |      |      |      | +    |

|            |                                                      |    |    |    |    |
|------------|------------------------------------------------------|----|----|----|----|
| 4.2        | Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии |    |    |    | +  |
| Вес КМ, %: |                                                      | 25 | 25 | 25 | 25 |