

**Белорусский государственный университет**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор Института журналистики

\_\_\_\_\_ С.В. Дубовик

12.07.2012

(дата утверждения)

Регистрационный № УД-К-079/р.

**АНТИКРИЗИСНЫЙ ПАБЛИК РЕЛЕЙШНЗ**

**Учебная программа для направления специальности  
1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация  
(технологии коммуникации)»**

Факультет журналистики

Кафедра технологий коммуникации

Курс (курсы)   5  

Семестр (семестры)   9  

Лекции   20    
(количество часов)

Экзамен \_\_\_\_\_  
(семестр)

Практические (семинарские)  
занятия   8    
(количество часов)

Зачет   9    
(семестр)

КСР   8    
(количество часов)

Всего аудиторных часов  
по дисциплине   36    
(количество часов)

Всего часов  
по дисциплине   48    
(количество часов)

Форма получения высшего  
образования очная

Составил(а)   Т.В. Ковалевич    
(И.О.Фамилия, степень, звание)

2012 г.

Учебная программа составлена на основ учебной программы «Антикризисный паблик рилейшнз» \_\_\_\_\_, регистрационный № УД-\_\_\_\_\_/баз.  
(дата утверждения)

Рассмотрена и рекомендована к утверждению в качестве рабочего варианта на заседании кафедры технологий коммуникации Белорусского государственного университета

\_\_\_\_\_ Протокол №\_\_\_\_\_  
(дата)

Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ И.В. Сидорская  
(подпись)

Одобрена и рекомендована к утверждению Учебно-методической комиссией Института журналистики Белорусского государственного университета

\_\_\_\_\_ Протокол №\_\_\_\_\_  
(дата)

Председатель  
\_\_\_\_\_ О.М. Самусевич  
(подпись)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Антикризисный публик рилейшнз» предназначена для реализации на первой ступени высшего образования.

Учебная программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями образовательного стандарта и типового учебного плана по направлению специальности 1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)».

Знания и навыки в области антикризисных коммуникаций являются неотъемлемой частью профессиональных компетенций в сфере общественных связей и должны помочь будущим специалистам по коммуникации выстраивать гармоничные отношения между организациями различных сфер деятельности и гражданами.

*Целью* учебной дисциплины «Антикризисный публик рилейшнз» является получение студентами целостного, системного представления о работе различных организаций в конфликтных и кризисных ситуациях. Дисциплина призвана объяснить студентам принципы выстраивания коммуникации с разными целевыми группами в кризисных ситуациях с целью сохранения репутации организации и успешного продолжения ее деятельности.

*Задачи дисциплины:*

- обеспечить студентов знаниями по управлению кризисными ситуациями;
- сформировать у студентов навыки оперативно, в интересах организации и общества, реагировать на возникшие непредвиденные ситуации;
- развить у студентов навыки управления негативными информационными потоками, складывающимися вокруг организации и возникающими независимо от воли организации;
- познакомить студентов с лучшей мировой и отечественной практикой антикризисной коммуникации с различными целевыми аудиториями.

*Используемые методы и (или) технологии обучения.* Чтобы студенты приобрели указанные выше знания и навыки, значительное внимание при изучении данной дисциплины следует уделить выполнению ими самостоятельных проектов по разработке и реализации планов антикризисной коммуникации для реальных и виртуальных организаций. Кроме того, следует широко применять обзорные, активные и проблемные лекции, а также такие интерактивные технологии обучения, как мозговой штурм, case-study, тематическая дискуссия, дебаты, работа в малых группах, выступление с презентацией и др.

*Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов.* Самостоятельная работа студентов является важным способом охвата учебного материала по дисциплине «Антикризисный публик рилейшнз» в свободное от обязательных учебных занятий время. Цель самостоятельной

работы студентов – расширение полученных в ходе обязательных аудиторных занятий знаний и их перевод в практическую плоскость за счет выполнения соответствующих заданий, подготовки к семинарским и практическим занятиям. Отдельным этапом самостоятельной работы является подготовка к зачету, в ходе которой студенты смогут дополнительно систематизировать полученные в ходе изучения дисциплины знания.

*Методическая организация дисциплины.* На изучение дисциплины «Антикризисная коммуникация» в соответствии с учебным планом по направлению специальности 1-23 01 07-01 «Информация и коммуникация (технологии коммуникации)» отводится 48 часов, из которых 36 аудиторных. Из них 20 – лекционных, 18 часов – на семинарские занятия (включая контроль самостоятельной работы). Дисциплина рассчитана на изучение в течение одного семестра, форма отчетности – зачет.

## ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование разделов, тем	Кол-во аудиторных часов		
		Лекции	Семинары (практич.)	КСР
1	Возникновение кризисных ситуаций и их репутационные последствия	4	2	2
2	Управление кризисными ситуациями во внешней среде	6	2	2
3	Управление кризисными ситуациями внутри организации	6	2	2
4	Предупреждение кризисных ситуаций	4	2	2
	<i>Всего</i>	20	8	8

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### **Тема 1. Возникновение кризисных ситуаций и их репутационные последствия**

Возникновение и течение кризисных ситуаций. Определение понятия «кризис» и его характеристики. Глубина кризисных ситуаций: конфликт, риск, проблема, угроза, авария, катастрофа. Развитие кризисной ситуации, прогнозирование последствий и реагирование общественности и сотрудников. Внешние и внутренние коммуникационные потоки в кризисных ситуациях. Репутационные последствия: восстановление «потерянного доверия» клиентов, партнеров, госорганов, персонала. Поведение масс в кризисных ситуациях: инстинкт толпы, паника, агрессия.

### **Тема 2. Управление кризисными ситуациями во внешней среде**

Базовый регламент действий при возникновении кризиса, политика взаимодействия со СМИ. Работа антикризисного штаба: официальные заявления, опровержения, брифинги, информационные сообщения. Формирование антикризисной коммуникационной стратегии и взаимодействие с внешними аудиториями: СМИ, клиенты, власти, партнеры, социальные сети. Репутационные последствия: оценка ущерба и восстановление доверия внешних аудиторий.

### **Тема 3. Управление кризисными ситуациями внутри организации**

Влияние внешних и внутренних кризисных ситуаций на сотрудников. Значение политики взаимодействия со СМИ и корпоративных кодексов в действиях сотрудников при возникновении кризисных ситуаций. Работа с сотрудниками во время кризисной ситуации (экстренные совещания, координационные группы, штабы). Восстановление доверия сотрудников к организации. Сотрудники как ресурс организации в преодолении кризисных ситуаций.

#### **Тема 4. Предупреждение кризисных ситуаций**

Анализ конфликтности информационного поля организации, анализ слабых и сильных сторон организации, анализ конкурентов. Потенциальные источники возникновения кризисных ситуаций и оценка репутационных рисков. «Дефицит доверия». Открытая коммуникационная политика организации: формирование «кредита доверия» у внешней и внутренней аудиторий. Участие PR-специалиста в устранении источников кризисных ситуаций в организации. Создание модели управления кризисными ситуациями в организации. Антикризисные программы и мониторинг.

### Учебно-методическая карта

Номер раздела, темы, занятия	Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов	Количество аудиторных часов				Материальное обеспечение занятия (наглядные, методические пособия и др.)	Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические (семинарские) занятия	лабораторные занятия	контролируемая самостоятельная работа студента			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>1</b>	<b>Возникновение кризисных ситуаций и их репутационные последствия</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		<b>2</b>			
1.1	Возникновение и течение кризисных ситуаций, прогнозирование последствий и важность реагирования для общественности и сотрудников. Глубина кризисных ситуаций: конфликт, риск, проблема, угроза, авария, катастрофа	2	2			Кейсы, в том числе из белорусской практики	[1][8] [9] [10]	Case-study, групповое обсуждение
1.2	Репутационные последствия кризисных ситуаций: восстановление «потерянного доверия» клиентов, партнеров, госорганов, персонала. Поведение масс в кризисных ситуациях: инстинкт толпы, паника, агрессия	2			2		[1][2][4][5] [10]	Тематическая дискуссия, самостоятельная работа
<b>2</b>	<b>Управление кризисными ситуациями во внешней среде</b>	<b>6</b>	<b>2</b>		<b>2</b>			
2.1	Базовый регламент действий при возникновении кризиса, политика взаимодействия со СМИ. Работа антикризисного штаба: официальные заявления, опровержения, брифинги, информационные сообщения	2					[1][3][5][6] [9][10]	Тематическая дискуссия, самостоятельная работа
2.2	Формирование антикризисной коммуникационной стратегии и взаимодействие с внешними аудиториями: СМИ, клиенты, власти, партнеры, социальные сети.	2	2			Кейсы, в том числе из белорусской практики	[3][5][8] [9][10]	Тематическая дискуссия, case-study, групповое обсуждение
2.3	Репутационные и юридические последствия:	2			2		[2][4][5][6]	Тематическая

	оценка ущерба и восстановление доверия внешних аудиторий.						[10]	дискуссия, самостоятельная работа
<b>3</b>	<b>Управление кризисными ситуациями внутри организации</b>	<b>6</b>	<b>2</b>		<b>2</b>			
3.1	Влияние внешних и внутренних кризисных ситуаций на сотрудников	2					[1][3][8][10]	Тематическая дискуссия
3.2	Значение политики взаимодействия со СМИ и корпоративных кодексов в действиях сотрудников при возникновении кризисных ситуаций	2					[1][9][10]	Групповое обсуждение
3.3	Работа с сотрудниками во время кризисной ситуации (экстренные совещания, координационные группы, штабы)	2					[1][3][8][10]	Тематическая дискуссия
3.4	Восстановление доверия сотрудников к организации. Сотрудники как ресурс организации в преодолении кризисных ситуаций		2		2		[1]	Групповое обсуждение, самостоятельная работа
<b>4</b>	<b>Предупреждение кризисных ситуаций</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		<b>2</b>			
4.1	Анализ конфликтности информационного поля организации, анализ слабых и сильных сторон организации, анализ конкурентов. Потенциальные источники возникновения кризисных ситуаций и оценка репутационных рисков. «Дефицит доверия»	2					[1][8][9][10]	Групповое обсуждение
4.2	Открытая коммуникационная политика организации: формирование «кредита доверия» у внешней и внутренней аудиторий. Участие PR-специалиста в устранении источников кризисных ситуаций в организации	2					[8][9][10]	Групповое обсуждение
4.5	Создание модели управления кризисными ситуациями в организации. Антикризисные программы и мониторинг		2		2			Самостоятельная работа, выступление с презентацией, работа в малых группах



## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Перечень рекомендуемых средств диагностики результатов учебной деятельности

В перечень средств диагностики результатов учебной деятельности по дисциплине «Антикризисный публик рилейшнз» входят:

- самостоятельные работы;
- индивидуальные задания и тематические доклады;
- оценка активности студентов во время анализа кейсов, групповых обсуждений, тематических дискуссий.

### Основная литература

1. *Ольшевский, А.* Антикризисный PR и консалтинг / А. Ольшевский. – СПб.: Питер, 2003. – 432 с.
2. *Кузин, А.* Противодействие черному PR в Интернете / А. Кузин, Е. Ющук. – М.: Вершина, 2008. – 248 с.
3. *Стаут, Л.* Управление персоналом. Настольная книга менеджера. / Стаут Л., пер. с англ. – М.: Добрая книга, 2006. – 536 с.
4. *Букша, К. С.* Управление деловой репутацией. Российская и зарубежная PR-практика / К. С. Букша. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 144 с.
5. *Вуйма, А.* Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только / А. Вуйма. – СПб: «БХВ-Петербург», 2005. – 244с.

### Дополнительная литература

6. Об информации, информатизации и защите информации: Закон Республики Беларусь, 10 нояб. 2008 г., № 455-З // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://pravo.by/webnpa/text.asp?RN=h10800455>. – Дата доступа: 01.09.2011 г.
7. Шамин, И. Управление репутацией в период кризиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.btpr.ru/articles/11>. - Дата доступа: 01.09.2011 г.
8. Патлах, В. В. Бизнес-энциклопедия. Антикризисный PR [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://patlah.ru/biznes/biz-04/pr/pr-14.htm>. - Дата доступа: 01.09.2011 г.
9. Патлах, В. В. Бизнес-энциклопедия. Управление кризисными ситуациями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://patlah.ru/biznes/biz-04/pr/pr-13.htm>. - Дата доступа: 01.09.2011 г.
10. Файншмидт, Е. А. Антикризисный PR. Учебное пособие. Московский государственный университет экономики статистики и информатики. [Электронный документ]. – Режим доступа: [http://www.google.by/url?sa=t&source=web&cd=2&ved=0CB8QFjAB&url=http%3A%2F%2Fkursach.by%2Findex2.php%3Foption%3Dcom\\_docman%26gid%3D2167%26task%3Ddoc\\_view&rct=j&q=%20%D0%95.%](http://www.google.by/url?sa=t&source=web&cd=2&ved=0CB8QFjAB&url=http%3A%2F%2Fkursach.by%2Findex2.php%3Foption%3Dcom_docman%26gid%3D2167%26task%3Ddoc_view&rct=j&q=%20%D0%95.%). Дата доступа: 01.09.2011 г.
11. *Чумиков, А.Н.* Связи с общественностью / А.Н.Чумиков. – М., 2006.

## ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Менеджмент рисков, его цели и задачи.
2. Понятие риска, виды рисков.
3. Анализ рисков и модель оценки рисков.
4. Источники информации для анализа рисков.
5. Инструменты для принятия решений по нейтрализации рисков.
6. Менеджмент проблем как часть процесса управления.
7. Жизненный цикл проблемы.
8. Возникновение и течение кризисных ситуаций, их репутационные и юридические последствия для организации.
9. Важность реагирования на кризисные ситуации и восстановление «потерянного доверия» у аудиторий.
10. Поведение масс в кризисных ситуациях: инстинкт толпы, паника, агрессия.
11. Базовый регламент действий при возникновении кризиса, политика взаимодействия со СМИ.
12. Работа антикризисного штаба: официальные заявления, опровержения, брифинги, информационные сообщения.
13. Формирование антикризисной коммуникационной стратегии и взаимодействие с внешними аудиториями.
14. Репутационные последствия: оценка ущерба и восстановление доверия внешних аудиторий.
15. Влияние внешних и внутренних кризисных ситуаций на сотрудников.
16. Корпоративные кодексы и их значение в коммуникации сотрудников с внешними аудиториями.
17. Работа с сотрудниками во время кризисной ситуации.
18. Восстановление доверия сотрудников к организации.
19. Анализ конфликтности информационного поля организации. Анализ конкурентов.
20. Потенциальные источники возникновения кризисных ситуаций и оценка репутационных рисков. «Дефицит доверия».
21. Суть коммуникационной политики организации. «Кредит доверия».
22. Уровни доступа для общения со СМИ внутри организации. Логистика оповещения сотрудников.
23. Десять ошибок коммуникации в ситуации кризиса.
24. Основные направления деятельности антикризисного штаба.
25. Формирование антикризисной коммуникационной стратегии. Взаимодействие с внешними целевыми группами.
26. Стадии антикризисного управления.
27. Особенности коммуникативного взаимодействия в кризисных ситуациях.
28. Мониторинг рисков в деятельности организации.
29. Антикризисные программы как постоянное направление деятельности PR-специалиста.
30. Менеджмент катастроф: особенности, ресурсы.

**ПРОТОКОЛ  
СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПО ИЗУЧАЕМОЙ  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ  
СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)*
Д/с PR для организаций	Технологий коммуникации		
Д/с PR внутри организаций	Технологий коммуникации		
Теория и методика коммуникационной деятельности	Технологий коммуникации		

\* При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ  
К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ  
ДИСЦИПЛИНЕ НА 2013 / 2014 УЧЕБНЫЙ ГОД**

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1.	<p>Внесение в основной список литературы доп. источник: <i>Гриффин Эндрю</i> Управление репутационными рисками. Стратегический подход / пер. с англ. – М.: Альпина бизнес букс, 2009. – 236 с.</p> <p>Корректировка электронных ресурсов с учетом изменения ссылок на интернет-ресурсы:</p> <p>Патлах, В. В. Бизнес-энциклопедия. Управление кризисными ситуациями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://patlah.ru/biznes/biz-04/pr/pr-13.htm">http://patlah.ru/biznes/biz-04/pr/pr-13.htm</a>. - Дата доступа: 19.06.2013 г.</p> <p>Файншмидт, Е. А. Антикризисный PR. Учебное пособие. Московский государственный университет экономики статистики и информатики. [Электронный документ]. – Режим доступа: <a href="http://www.biblioclub.ru/book/90674/">http://www.biblioclub.ru/book/90674/</a> Дата доступа: 19.06.2013 г.</p> <p>Шамин, И. Управление репутацией в период кризиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://www.btpr.ru/articles/11">http://www.btpr.ru/articles/11</a>. - Дата доступа: 19.06.2013 г.</p>	

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры социальной коммуникации (протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.)

Заведующий кафедрой

к. филос. н., доцент \_\_\_\_\_ И.В. Сидорская

(подпись)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института журналистики

к. фил. н., доцент \_\_\_\_\_ С.В. Дубовик

(подпись)