

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 03.10.2023 15:25:08
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:
Брызгалова Е.Н.



АННОТАЦИЯ ДИСЦИПИНЫ

Коммуникации в кризисной ситуации

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 3 курса очной формы обучения

Составитель: д.ф.н., проф. Бушев А. Б.

Тверь, 2023

I. Аннотация

Целью дисциплины является формирование и развитие у обучающихся компетенций антикризисного управления и понимание методологии пиара в ситуации кризиса.

Задачами освоения дисциплины являются индоктринация знаний по антикризисному управлению и пиар-технологиям в антикризисном управлении и развитие умений диагностировать и прогнозировать различного рода кризисные ситуации в организациях; принимать стратегические решения по предупреждению кризисных ситуаций в организациях; разрабатывать программы по финансовому оздоровлению организаций и преодолению кризисных ситуаций; умений разрешать конфликты и преодолевать сопротивление персонала при проведении изменений.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Учебная дисциплина «Коммуникации в кризисной ситуации» входит в вариативную часть программы (модуль дисциплин, формирующих ПК-компетенции по основному виду деятельности «Рекламно-информационная деятельность»). Основная цель изучения данной дисциплины — получение теоретических знаний и выработка практических навыков в решении кризисных ситуаций средствами и инструментами Public Relations, а именно: диагностики банкротства, управления предприятием в кризисной ситуации, управления рисками, стратегии и тактики антикризисного управления. Курс связан с дисциплинами других модулей, например «Технологии аргументации в рекламе и связях с общественностью» (у слушателя на момент освоения курса должны иметься навыки логично, связно и убедительно обосновывать собственные суждения по проблемным вопросам), «История рекламы и связей с общественностью» (слушатель должен иметь четкое представление о

современном состоянии отрасли PR, основываясь на умении оценивать современные тенденции развития отрасли, ориентируясь в этом вопросе на результаты анализа причинно-следственных связей в таковой); с дисциплинами «Основы теории коммуникации», «Теория и практика средств массовой информации» (слушатель должен обладать необходимым минимумом знаний о структуре информационного поля в рамках заданной локации (города, региона, страны) или отдельной организации, знать основные компоненты PR-деятельности и уметь оценивать их потенциал, исходя из заданной маркетинговой ситуации – в контексте курса, критической). Базируясь также на материале курсов «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», курс «Коммуникации в кризисной ситуации» призван способствовать формированию навыков оперативного принятия решений, относящихся к сфере коммуникаций компании.

«Коммуникации в кризисных ситуациях» — это междисциплинарный курс. Особенности данного курса заключаются в следующем:

- связи с общественностью в кризисных ситуациях, как это задано государственным стандартом и базовыми учебниками, рассматривается во всем комплексе его проблем;
- анализируются и синтезируются разнообразные концепции и методы, развивающиеся в рамках разных научных дисциплин (экономическая теория, менеджмент и маркетинг, финансы, бухгалтер и экономика предприятия, экономическая социология и психология) и эффективно использующиеся в антикризисном управлении в их взаимосвязи;
- весь материал адаптирован к стратегиям, условиям и опыту российских преобразований;
- курс построен как процесс углубления знаний и умений, постепенного их дополнения и конкретизации по отдельным направлениям, актуальным для российских преобразований.

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины «Коммуникации в кризисной ситуации»:

иметь четкое представление о формах, методах и задачах PR-деятельности на предприятии;

знать основные направления PR-деятельности, знать необходимую профессиональную терминологию;

уметь оценивать рыночную ситуацию, обладать начальными навыками экономического анализа и прогнозирования.

3. Объем дисциплины:

3 зачетные единицы, 108 академических часов, **в том числе** контактная работа: практические занятия – 17 часов, лабораторные занятия – 17 часов, самостоятельная работа 74 часа

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

<p>ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами</p>	<p>ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – зачет, 5 семестр.

6. Язык преподавания русский.