

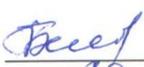
Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 24.04.2024 17:15:36
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ**

«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель КСН
 М.Л. Белоножко
«28» 08 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплина Антикризисные коммуникации
направление 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
направленность Цифровые коммуникации и новые медиа
форма обучения очная/заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 8.06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Цифровые коммуникации и новые медиа к результатам освоения дисциплины «Антикризисные коммуникации»

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры Маркетинга и муниципального управления
Протокол № 1 от «28» августа 2020 г.

Заведующий кафедрой МиМУ



М.Л. Белоношко

Рабочую программу разработал:

И.Ю.Фомичев, д.с.н., профессор



1. Цели и задачи изучения дисциплины

Цели дисциплины: формирование основ знаний о значении антикризисных коммуникации в социальных отношениях, их взаимосвязь с экономическими и организационными процессами, получение комплексной системы знаний о теории и практике управления кризисами, актуальных проблемах и путях их разрешения.

Задачи:

- формирование у студентов системы знаний об антикризисных коммуникациях;
- овладение понятийно-терминологическим аппаратом, характеризующим кризисные процессы;
- изучение современного состояния и основных направлений развития кризисов в регионе, стране и в мире;
- изучение методов анализа показателей коммуникационной деятельности и интерпретации полученных результатов,

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Антикризисные коммуникации» относится к дисциплинам, формируемым участниками образовательных отношений.

Для полного освоения данной дисциплины студенты должны знать: «Современная медиаиндустрия».

Знание:

- современной медиакоммуникационной системы.

Умение:

- выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

Владение:

- При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Владеет процессом разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы регулирования.

Содержание дисциплины «Антикризисные коммуникации» необходимы обучающимся данного направления для усвоения знаний по следующей дисциплине: «Экосистема цифровых коммуникаций».

1. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-1. Способен организовать работу и руководить подразделением	ПКС-1. 3.1.1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации ПКС-1. 3.1.2. Знает принципы построения и оценки обратной связи	Знает: ПКС-1. 3.1.1., ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. 3.1.3. Знает гражданское законодательство Российской Федерации в области профессиональной

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
<p>(предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>с потребителями продукции СМИ</p> <p>ПКС-1. 3.1.3. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность</p>	<p>деятельности,</p> <p>Знает принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ,</p> <p>Закон «О рекламе» и другие нормативные документы регулирующие профессиональную деятельность</p> <p>(3.1.1), (3.1.2.), 3.1.3.)</p>
	<p>ПКС-1. У.1.1. Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ</p> <p>ПКС-1. У.1.2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p> <p>ПКС-1. У.1.4. Умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров</p>	<p>Умеет: ПКС-1. У.1.1., ПКС-1. У.1.2., ПКС-1. У.1.4. Умеет использовать показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ,</p> <p>использовать количественные и качественные методы анализа профессиональной деятельности,</p> <p>оформлять необходимую документацию по реализации договоров по реализации рекламных продуктов</p> <p>(У.1.1.), (У.1.2.), (У.1.4.)</p>
	<p>ПКС-1. В.1.1. Владеет организацией сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнений потребителей о характеристиках продвигаемой продукции</p> <p>ПКС-1. В.1.2. Владеет разработкой предложений по корректировке стратегий и программ продвижения</p>	<p>ПКС-1. В.1.1., ПКС-1. В.1.2. Владеет методами сбора информации о продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнений потребителей о характеристиках продвигаемой продукции,</p> <p>разработкой предложений по корректировке</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
	продукции СМИ	стратегий и программ продвижения продукции СМИ в рамках своей профессиональной компетенции. (В.1.1.), (В.1.2.)

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПКС-2. 3.2.1. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента ПКС-2. 3.2.2. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов	Знает: ПКС-2. 3.2.1., ПКС-2. 3.2.2. Знает современные маркетинговые технологии продвижения продукции, основные технологии сегментирования рынка (3.2.1.), (3.2.2.)
	Уметь: ПКС-2. У.2.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты ПКС-2. У.2.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций ПКС-2. У.2.3. Умеет планировать мероприятия по продвижению продукции, планировать расходы на их проведение	Умеет: ПКС-2. У.2.1., ПКС-2. У.2.2., ПКС-2. У.2.3. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, интегрировать современные цифровые средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций предприятия, планировать мероприятия по продвижению продукции с использованием современных технологий (У.2.1.), (У.2.2.), (У.2.3.)
	ПКС-2. В.2.1. Владеет разработкой концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и	Владеет: ПКС-2. В.2.1., ПКС-2. В.2.2, ПКС-2. В.2.3. Владеет разработкой концепции продвижения продукции

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
	<p>маркетинговых стратегий ПКС-2. В.2.2. Владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации ПКС-2. В.2.3. Владеет навыками планирования продвижения продукции при помощи СМИ</p>	<p>СМИ, владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов при разработке медиапродуктов навыками планирования продвижения продукции при помощи СМИ (В.2.1.), (В.2.2.), (В.2.3.)</p>

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов

Таблица 4.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	1/2	34	17	-	57	зачет
	2/3	20	20	-	32+36	экзамен
заочная	2/3	6	6	-	92+4	зачет
	2/4	8	8	-	83+9	экзамен

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

2 семестр

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Предмет, методы и задачи теории антикризисных	4	2	-	9	15	ПКС-1.3.1.1 ПКС-1.3.1.2. ПКС-1.3.1.3. ПКС-2.3.2.1.,	дискуссия

№ п/ п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего , час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		коммуникаций						ПКС-2. 3.2.2.	
2	2	Виды коммуникаций	6	3	-	9	18	ПКС-1.3.1.1 ПКС-1.3.1.2. ПКС-1. 3.1.3. ПКС-2.3.2.1., ПКС-2. 3.2.2.	дискуссия
3	3	Понятие антикризисных коммуникаций	6	3	-	9	18	ПКС-1.3.1.1 ПКС-1.3.1.2. ПКС-1. 3.1.3. ПКС-2.3.2.1., ПКС-2. 3.2.2.	дебаты
4	4	Составляющие антикризисных коммуникаций	6	3	-	10	19	ПКС-1.3.1.1 ПКС-1.3.1.2. ПКС-1. 3.1.3. ПКС-2.3.2.1., ПКС-2. 3.2.2.	дискуссия
5	5	Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций	6	3		10	19	ПКС-1.3.1.1 ПКС-1.3.1.2. ПКС-1. 3.1.3. ПКС-2.3.2.1., ПКС-2. 3.2.2.	круглый стол
6	6	Принципы рациональной организации кризисных коммуникаций	6	3		10	19	ПКС-1.У.1.1 ПКС-1.У.1.2 ПКС-1.У.1.3 ПКС-1.У.1.4. ПКС-2.У.2.1. ПКС-2.У.2.2. ПКС-2.У.2.3.	дискуссия
5	Зачет		-	-	-	-	-	ПКС-1.3.1.1 ПКС-1.3.1.2. ПКС-1. 3.1.3. ПКС-2.3.2.1., ПКС-2. 3.2.2. ПКС-1.У.1.1 ПКС-1.У.1.2 ПКС-1.У.1.3 ПКС-1.У.1.4. ПКС-2.У.2.1. ПКС-2.У.2.2. ПКС-2.У.2.3.	вопросы к зачету
Итого:			34	17	-	57	108		

3 семестр

№ п/ п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего , час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	7	Теория коммуникаций как система. Понятие пространства коммуникации.	5	5	-	6	16	ПКС-1. В.1.1 ПКС-1.В.1.2. ПКС-2. В.2.1 ПКС-2. В.2.2 ПКС-2 В.2.3.	дискуссия

№ п/ п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего , час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	8	Теория кризисов как наука, ее методы и задачи, историческая обусловленность.	5	5	-	6	16	ПКС-1. В.1.1 ПКС-1.В.1.2. ПКС-2. В.2.1 ПКС-2. В.2.2 ПКС-2 В.2.3.	дискуссия
3	9	Структура кризисных коммуникаций	5	5	-	6	16	ПКС-1. В.1.1 ПКС-1.В.1.2. ПКС-2. В.2.1 ПКС-2. В.2.2 ПКС-2 В.2.3.	дискуссия
4	10	Формирование культуры антикризисных коммуникаций	5	5		8	18	ПКС-1. В.1.1 ПКС-1.В.1.2. ПКС-2. В.2.1 ПКС-2. В.2.2 ПКС-2 В.2.3.	дискуссия
5	экзамен		-	-	-	36	36	ПКС-1. В.1.1 ПКС-1.В.1.2. ПКС-2. В.2.1 ПКС-2. В.2.2 ПКС-2 В.2.3.	вопросы к экзамену
Итого:			20	20	-	68	108		

заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

3 семестр

№ п/ п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего , час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Предмет, методы и задачи теории антикризисных коммуникаций	1	1	-	15	17	ПКС-1.3.1.1 ПКС-1.3.1.2. ПКС-1. 3.1.3. ПКС-2.3.2.1., ПКС-2. 3.2.2.	дискуссия
2	2	Виды коммуникаций	1	1	-	15	17	ПКС-1.3.1.1 ПКС-1.3.1.2. ПКС-1. 3.1.3. ПКС-2.3.2.1., ПКС-2. 3.2.2.	дискуссия
3	3	Понятие антикризисных коммуникаций	1	1	-	15	17	ПКС-1.3.1.1 ПКС-1.3.1.2. ПКС-1. 3.1.3. ПКС-2.3.2.1., ПКС-2. 3.2.2.	дебаты
4	4	Составляющие антикризисных коммуникаций	1	1	-	15	17	ПКС-1.3.1.1 ПКС-1.3.1.2. ПКС-1. 3.1.3. ПКС-2.3.2.1., ПКС-2. 3.2.2.	дискуссия
5	5	Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных	1	1		15	17	ПКС-1.3.1.1 ПКС-1.3.1.2. ПКС-1. 3.1.3. ПКС-2.3.2.1., ПКС-2. 3.2.2.	круглый стол

№ п/ п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего , час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		ситуаций							
6	6	Принципы рациональной организации кризисных коммуникаций	1	1		17	19	ПКС-1.У.1.1 ПКС-1.У.1.2 ПКС-1.У.1.3 ПКС-1.У.1.4. ПКС-2.У.2.1. ПКС-2.У.2.2. ПКС-2.У.2.3.	дискуссия
5	Зачет		-	-	-	4	4	ПКС-1.3.1.1 ПКС-1.3.1.2. ПКС-1.3.1.3. ПКС-2.3.2.1., ПКС-2.3.2.2. ПКС-1.У.1.1 ПКС-1.У.1.2 ПКС-1.У.1.3 ПКС-1.У.1.4. ПКС-2.У.2.1. ПКС-2.У.2.2. ПКС-2.У.2.3.	вопросы к зачету
Итого:			6	6	-	96	108		

4 семестр

№ п/ п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего , час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	7	Теория коммуникаций как система. Понятие пространства коммуникации.	2	2	-	20	24	ПКС-1. В.1.1 ПКС-1.В.1.2. ПКС-2. В.2.1 ПКС-2. В.2.2 ПКС-2 В.2.3.	дискуссия
2	8	Теория кризисов как наука, ее методы и задачи, историческая обусловленность.	2	2	-	20	24	ПКС-1. В.1.1 ПКС-1.В.1.2. ПКС-2. В.2.1 ПКС-2. В.2.2 ПКС-2 В.2.3.	дискуссия
3	9	Структура кризисных коммуникаций	2	2	-	20	24	ПКС-1. В.1.1 ПКС-1.В.1.2. ПКС-2. В.2.1 ПКС-2. В.2.2 ПКС-2 В.2.3.	дискуссия
4	10	Формирование культуры антикризисных коммуникаций	2	2		23	27	ПКС-1. В.1.1 ПКС-1.В.1.2. ПКС-2. В.2.1 ПКС-2. В.2.2 ПКС-2 В.2.3.	дискуссия
5	экзамен		-	-	-	9	9	ПКС-1. В.1.1 ПКС-1.В.1.2. ПКС-2. В.2.1 ПКС-2. В.2.2 ПКС-2 В.2.3.	вопросы к экзамену
Итого:			8	8	-	92	108		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Предмет, методы и задачи теории антикризисных коммуникаций».

Теория кризисов как наука, ее методы и задачи, историческая обусловленность. Связь теории кризисов с другими науками. Социально-экономические перспективы перехода российской экономики на стратегии антикризисного развития. Теоретико – методологическое обеспечение структурных изменений. Современное состояние теории кризисов.

Раздел 2. «Виды коммуникаций».

Теория коммуникаций как система. Современный понятийный аппарат; классификация коммуникаций; понятие пространства коммуникации. Первичные и вторичные коммуникативные процессы. Визуальная коммуникация. Вербальная коммуникация. Перформансная коммуникация. Мифологическая коммуникация. Художественная коммуникация.

Раздел 3. «Понятие антикризисных коммуникаций».

От иерархии к демократии. Коммуникация как процесс. Изменение роли коммуникаций в информационном обществе. Модель современной коммуникации.

Раздел 4. «Составляющие антикризисных коммуникаций».

Проблема дефицита информации в ситуации кризиса. Потеря доверия к информации в кризисе. СМИ как источник развития кризисной ситуации. Проблема дефицита времени. Множественность воздействия. Непредсказуемое развитие событий.

Раздел 5. «Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций».

Два основных коммуникативных процесса – порождение информации и блокирование информации. Семиотические механизмы воздействия. Коммуникативные механизмы воздействия. Когнитивные механизмы воздействия.

Раздел 6. «Принципы рациональной организации кризисных коммуникаций».

Контактные аудитории. Проверенные сообщения. Оперативность. Плохие новости – одновременно. Учет документов. Постоянный контроль. Признание ошибок. Объяснение перспектив.

Раздел 7. «Теория коммуникаций как система. Понятие пространства коммуникации».

Визуальная коммуникация. Вербальная коммуникация. Перформансная коммуникация. Мифологическая коммуникация. Художественная коммуникация. Изменение роли коммуникаций в информационном обществе. Модель современной коммуникации.

Раздел 8. «Теория кризисов как наука, ее методы и задачи, историческая обусловленность».

Современное состояние теории кризисов. Принципы рациональной организации кризисных коммуникаций

Раздел 9. «Структура кризисных коммуникаций».

Составляющие кризисных коммуникаций. Структура кризисных коммуникаций

Раздел 10. «Формирование культуры антикризисных коммуникаций».

Семиотические механизмы воздействия. Коммуникативные механизмы воздействия. Когнитивные механизмы воздействия.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

2 семестр

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	4	1	-	Предмет, методы и задачи теории антикризисных коммуникаций
2	2	6	1	-	Виды коммуникаций
3	3	6	1	-	Понятие антикризисных коммуникаций
4	4	6	1	-	Составляющие антикризисных коммуникаций
5	5	6	1	-	Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций
6	6	6	1	-	Принципы рациональной организации кризисных коммуникаций
Итого:		34	6	X	X

3 семестр

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	7	5	2	-	Теория коммуникаций как система. Понятие пространства коммуникации.
2	8	5	2	-	Теория кризисов как наука, ее методы и задачи, историческая обусловленность.
3	9	5	2	-	Структура кризисных коммуникаций
4	10	5	2	-	Формирование культуры антикризисных коммуникаций
Итого:		20	8	X	X

Практические занятия

2 семестр

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	1	-	Предмет, методы и задачи теории антикризисных коммуникаций
2	2	3	1	-	Виды коммуникаций
3	3	3	1	-	Понятие антикризисных коммуникаций
4	4	3	1	-	Составляющие антикризисных коммуникаций
5	5	3	1	-	Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций
6	6	3	1	-	Принципы рациональной организации кризисных коммуникаций
Итого:		17	6	X	X

3 семестр

Таблица 5.2.4

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	7	5	2	-	Теория коммуникаций как система. Понятие пространства коммуникации.
2	8	5	2	-	Теория кризисов как наука, ее методы и задачи, историческая обусловленность.
3	9	5	2	-	Структура кризисных коммуникаций
4	10	5	2	-	Формирование культуры антикризисных коммуникаций
Итого:		20	8	X	X

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

2 семестр

Таблица 5.2.5

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	9	17	-	Предмет, методы и задачи теории антикризисных коммуникаций
2	2	9	17	-	Виды коммуникаций
3	3	9	17	-	Понятие антикризисных коммуникаций
4	4	10	17	-	Составляющие антикризисных коммуникаций

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
5	5	10	17	-	Механизмы коммуникативного воздействия в условиях кризисных ситуаций
6	6	10	19	-	Принципы рациональной организации кризисных коммуникаций
			4		Подготовка к зачету
Итого:		57	96	X	X

3 семестр

Таблица 5.2.6

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	7	6	20	-	Теория коммуникаций как система. Понятие пространства коммуникации.
2	8	6	20	-	Теория кризисов как наука, ее методы и задачи, историческая обусловленность.
3	9	6	20	-	Структура кризисных коммуникаций
4	10	8	23	-	Формирование культуры антикризисных коммуникаций
5	11	36	9	-	Подготовка к экзамену
Итого:		68	92	-	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
-
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

2. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы учебным планом не предусмотрены.

3. Контрольные работы

Темы контрольных работ заочной формы обучения 3 семестр

1. Социально-экономические перспективы перехода российской экономики на стратегии антикризисного развития.
2. Современное состояние теории кризисов.
3. Потеря доверия к информации в кризисе.
4. СМИ как источник развития кризисной ситуации.
5. Коммуникация как процесс.
6. Изменение роли коммуникаций в информационном обществе.

- Темы контрольных работ заочной формы обучения 4 семестр
1. Теория коммуникаций как система.
 2. Кризисные коммуникации как новая область знания.
 3. Теория кризисов как наука, ее методы и задачи, историческая обусловленность.
 4. Связь теории кризисов с другими науками.
 5. Теоретико – методологическое обеспечение структурных изменений.
 6. Два основных коммуникативных процесса – порождение информации и блокирование информации.

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

2 семестр

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Работа на лекциях	10
1.2	Подготовка докладов	10
1.3	Защита темы «Современная теория кризисов»	10
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Работа на лекциях	10
2.2.	Подготовка докладов	10
2.3.	Защита темы «Теория кризисов как система»	10
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.1	Работа на лекциях	10
3.1	Подготовка докладов	10
3.3.	Аудиторная контрольная работа по теме «Понятие коммуникации»	20
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	ВСЕГО	100

3 семестр

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Работа на лекциях	10
1.2	Подготовка докладов	10
1.3	Защита темы «Виды коммуникаций»	10
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Работа на лекциях	10
2.2	Подготовка докладов	10

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
2.3	Защита темы «Составляющие антикризисных коммуникаций»	10
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.2	Работа на лекциях	10
3.2	Подготовка докладов	10
3.3	Защита темы «Модель современной антикризисной коммуникации»	10
3.4	Защита темы «Принципы рациональной организации антикризисных коммуникаций»	10
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	ВСЕГО	100

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения (табл. 8.2)

Таблица 8.2.

3 семестр

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1.1	Работа на лекциях	10
1.2	Подготовка докладов	10
1.3	Защита темы «Современная теория кризисов»	10
2.1	Работа на лекциях	10
2.2.	Подготовка докладов	10
2.3.	Защита темы «Теория кризисов как система»	10
3.1	Работа на лекциях	10
3.1	Подготовка докладов	10
3.3.	Аудиторная контрольная работа по теме «Понятие коммуникации»	20
	ВСЕГО	100

4 семестр

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1.1	Работа на лекциях	10
1.2	Подготовка докладов	10
1.3	Защита темы «Виды коммуникаций»	10
2.1	Работа на лекциях	10
2.2	Подготовка докладов	10
2.3	Защита темы «Составляющие антикризисных коммуникаций»	10
3.2	Работа на лекциях	10
3.2	Подготовка докладов	10
3.3	Защита темы «Модель современной антикризисной коммуникации»	10
3.4	Защита темы «Принципы рациональной организации антикризисных коммуникаций»	10
	ВСЕГО	100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Проспект»;
- ЭБС «Консультант студент»,

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений магистратуры, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 26с.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по направлениям магистратуры, всех форм обучения / сост. М.Л. Белоножко, С.С. Ситёва; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019 – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Антикризисные коммуникации

Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Цифровые коммуникации и новые медиа

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
<p>ПКС-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знает: ПКС-1. 3.1.1., ПКС-1. 3.1.2. ПКС-1. 3.1.3. Знает гражданское законодательство Российской Федерации в области профессиональной деятельности, принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ, Закон «О рекламе» и другие нормативные документы регулирующие профессиональную деятельность (3.1.1), (3.1.2.), 3.1.3.)</p>	<p>Не знает гражданское законодательство Российской Федерации, принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность</p>	<p>Демонстрирует отдельные знания гражданского законодательства Российской Федерации, принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность</p>	<p>Демонстрирует достаточные знания гражданского законодательства Российской Федерации, принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность</p>	<p>Демонстрирует исчерпывающие знания гражданского законодательства Российской Федерации, принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность</p>

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	<p>Умеет: ПКС-1. У.1.1., ПКС-1. У.1.2., ПКС-1. У.1.3., ПКС-1. У.1.4.</p> <p>Умеет использовать показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ, использовать количественные и качественные методы анализав профессиональной деятельности, оформлять необходимую документацию по реализации договоров по реализации рекламных продуктов (У.1.1.), (У.1.2.), (У.1.3.), (У.1.4.)</p>	<p>Не умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ, находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты, составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров</p>	<p>Умеет, формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ, находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты, составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров допуская значительные ошибки</p>	<p>Умеет формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ, находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты, составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров , допуская незначительные неточности</p>	<p>формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ, находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа, использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты, составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров В совершенстве умеет</p>

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	<p>ПКС-1. В.1.1., ПКС-1. В.1.2. Владеет методами сбора информации о продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнений потребителей о характеристиках продвигаемой продукции, разработкой предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ в рамках своей профессиональной компетенции. (В.1.1.), (В.1.2.)</p>	<p>Не владеет организацией сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнений потребителей о характеристиках продвигаемой продукции, разработкой предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ.</p>	<p>Владеет организацией сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнений потребителей о характеристиках продвигаемой продукции, разработкой предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ, допуская ряд ошибок</p>	<p>Хорошо владеет организацией сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнений потребителей о характеристиках продвигаемой продукции, разработкой предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ, допуская незначительные ошибки</p>	<p>В совершенстве владеет организацией сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнений потребителей о характеристиках продвигаемой продукции, разработкой предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ.</p>

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	Знает: ПКС-2. 3.2.1., ПКС-2. 3.2.2. Знает современные маркетинговые технологии продвижения продукции, основные технологии сегментирования рынка (3.2.1.), (3.2.2.)	Не знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента, технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов	Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента, технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов, допуская ряд ошибок	Хорошо знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента, технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов	В совершенстве знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента, технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	<p>Умеет: ПКС-2. У.2.1., ПКС-2. У.2.2., ПКС-2. У.2.3. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, интегрировать современные цифровые средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций предприятия, планировать мероприятия по продвижению продукции с использованием современных технологий (У.2.1.), (У.2.2.), (У.2.3.)</p>	<p>Не умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты, интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, планировать мероприятия по продвижению продукции, планировать расходы на их проведение</p>	<p>Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты, интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, планировать мероприятия по продвижению продукции, планировать расходы на их проведение, допуская ряд ошибок</p>	<p>Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты, интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, планировать мероприятия по продвижению продукции, планировать расходы на их проведение, допуская незначительные ошибки</p>	<p>В совершенстве умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты, интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, планировать мероприятия по продвижению продукции, планировать расходы на их проведение</p>

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	<p>Владеет: ПКС-2. В.2.1., ПКС-2. В.2.2, ПКС-2. В.2.3. Владеет разработкой концепции продвижения продукции СМИ, владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов при разработке медиапродуктов навыками планирования продвижения продукции при помощи СМИ (В.2.1.), (В.2.2.), (В.2.3.)</p>	<p>Не владеет разработкой концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и маркетинговых стратегий, владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации навыками планирования продвижения продукции при помощи СМ</p>	<p>Владеет разработкой концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и маркетинговых стратегий, владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации навыками планирования продвижения продукции при помощи СМ, допуская ряд ошибок</p>	<p>Владеет разработкой концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и маркетинговых стратегий, владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации навыками планирования продвижения продукции при помощи СМ с незначительными ошибками</p>	<p>В совершенстве владеет разработкой концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и маркетинговых стратегий, владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации навыками планирования продвижения продукции при помощи СМ</p>

КАРТА

обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Антикризисные коммуникации

Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Цифровые коммуникации и новые медиа

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Бердников, И. П. PR (ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ)-коммуникации : практическое пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 208 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/83123.html .	ЭР	15	100	+
2	Вон, Эйкен Дж. Кризис - остаться в живых! Настольная книга для руководителей, предпринимателей и владельцев бизнеса / Э. Д. Вон. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 352 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/82696.html	ЭР	15	100	+
3	Фомичев, Игорь Юрьевич. Инновационный менеджмент : учебное пособие для студентов вузов / И. Ю. Фомичев ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2016. - 80 с.	ЭР	15	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоношко

Директор БИК _____


Д.Х. Каюкова