

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.11.02 «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – получение теоретических знаний и выработка практических навыков в решении кризисных ситуаций средствами и инструментами Public Relations.

Задачи:

- представить существующие типологии кризисов, основные этапы развития кризисных ситуаций, возможные стратегии их преодоления;
- охарактеризовать PR-технологии, используемые в процессе прогнозирования, предотвращения, минимизации последствий кризиса;
- на основе анализа конкретных ситуаций ознакомить студентов с вариантами разрешений кризисов средствами PR (успешными и неудачными), случаями положительного имиджевого эффекта от грамотного построения кризисных и послекризисных коммуникаций;
- выработать у студентов навыки практического применения принципов и технологий кризисных коммуникаций в общественно-политических и бизнес организациях.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.11.02) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Изучение дисциплины опирается на знания в области рекламы и связей с общественностью. Она является логическим дополнением ранее изучаемых дисциплин: «Социология массовых коммуникаций», «Основы интегрированных коммуникаций», «Коммуникация в сфере PR» и др.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные компетенции:

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- понятия и характеристики кризисного состояния, кризиса, катастрофы;
- способы выхода из кризиса;
- особенности менеджмента в условиях кризиса.

Уметь:

- диагностировать кризисную ситуацию;
- выбирать и реализовывать антикризисную стратегию;
- проводить социологические исследования и анализировать их итоги.

Владеть:

- навыками разрешения конфликтов и преодоления кризисных ситуаций внутри организации (компании);
- методами проектирования, планирования, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.