

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:06:57

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f584864ba2b139

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования**

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические указания

по выполнению практических работ по дисциплине
«АНТИКРИЗИСНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ»

для студентов направления подготовки
42.03.01. Реклама и связи с общественностью (профиль)
Коммуникативные технологии и реклама

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	С.
Методические рекомендации по организации практических занятий	
Список литературы	8

Введение

Методические указания к практическим занятиям студентов по дисциплине «Антикризисные технологии в цифровой среде» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью.

Цель курса – формирование представления об антикризисных технологиях в условиях цифровизации и развития средств массовой коммуникации, а также умений и навыков использования технологий антикризисного PR при решении проблем российских организаций и органов власти.

Курс рассчитан на один семестр (7) и включает лекции (13,5 часов), практические занятия (13,5 часов), самостоятельную работу (54 часа). Отчетность: зачёт с оценкой в 7 семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов следующих компетенций:

Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью – **ПК-5**.

ИД-1 ПК-5 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

ИД-2 ПК-5 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

ИД-3 ПК-5 Владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта – **ПК-8**.

ИД-1 ПК-8 Знает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта.

ИД-2 ПК-8 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.

ИД-3 ПК-8 Владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.

Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами – **ПК-10**.
ИД-1 ПК-10 Знает, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.

ИД-2 ПК-10 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами. **ИД-3 ПК-10** Владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.

Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры – **ПК-13**.

ИД-1 ПК-13 Знает особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

ИД-2 ПК-13 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

ИД-3 ПК-13 Владеет навыками корпоративной культуры.

2. Методические рекомендации по организации практических занятий Практическое занятие № 1

Тема: понятия и принципы антикризисной коммуникации в цифровой среде.

Цель: формирование представления об антикризисных связях с общественностью, в том числе при реализации процедур банкротства, а также умений и навыков использования технологий антикризисного PR при решении проблем российских организаций, находящихся в кризисном состоянии или проходящих процедуры банкротства.

Формируемая компетенция ПК-5, ПК-8, ПК-10, ПК-13.

Актуальность темы: деятельность органов государственной власти затрагивает все стороны жизни общества и восприятие гражданами зависит от политики.

Вопросы и задания:

1. Определение кризиса.
2. Типология кризисов: по масштабам, сферам и др.
3. Макро- и микрокризисы.
4. Группы кризисов: экономические, социальные, организационные, технологические.
5. Причины и последствия возникновения кризисов.
6. Функции антикризисного PR- менеджмента.
7. Соотношение конфликтных и антикризисных связей с общественностью

Теоретическая часть:

Определение кризиса. Типология кризисов: по масштабам, сферам и др. Макро- и микрокризисы. Группы кризисов: экономические, социальные, организационные, технологические. Причины и последствия возникновения кризисов. Функции антикризисного PR- менеджмента. Соотношение конфликтных и антикризисных связей с общественностью.

Практическое занятие № 2 **Тема:** Понятия и принципы антикризисного PR.

Цель: формирование представления об антикризисных связях с общественностью, в том числе при реализации процедур банкротства, а также умений и навыков использования технологий антикризисного PR при решении проблем российских организаций, находящихся в кризисном состоянии или проходящих процедуры банкротства

Формируемая компетенция ПК-5, ПК-8, ПК-10, ПК-13.

Актуальность темы: деятельность органов государственной власти затрагивает все стороны жизни общества и восприятие гражданами зависит от политики.

Вопросы и задания:

1. Группы кризисов: экономические, социальные, организационные, технологические.
2. Причины и последствия возникновения кризисов.
3. Функции антикризисного PR- менеджмента.
4. Соотношение конфликтных и антикризисных связей с общественностью

Теоретическая часть

Группы кризисов: экономические, социальные, организационные, технологические. Причины и последствия возникновения кризисов. Функции антикризисного PR- менеджмента. Соотношение конфликтных и антикризисных связей с общественностью.

Практическое занятие № 3 Тема: Стратегические аспекты антикризисного PR

Цель: формирование представления об антикризисных связях с общественностью, в том числе при реализации процедур банкротства, а также умений и навыков использования технологий антикризисного PR при решении проблем российских организаций, находящихся в кризисном состоянии или проходящих процедуры банкротства

Формируемая компетенция ПК-5, ПК-8, ПК-10, ПК-13.

Актуальность темы: деятельность органов государственной власти затрагивает все стороны жизни общества и восприятие гражданами зависит от политики.

Вопросы и задания:

1. Стратегия и тактика управления имиджем и репутацией кризисного предприятия.
2. Репутационные исследования в практике российских предприятий.
3. Задачи связей с общественностью в управлении кризисом как источником развития предприятия.
4. Анализ внутренней и внешней среды предприятия.
5. Сущность, содержание и эффективность стратегического PR менеджмента.
6. Оценка эффективности стратегического PR менеджмента.

Теоретическая часть

Стратегия и тактика управления имиджем и репутацией кризисного предприятия. Репутационные исследования в практике российских предприятий. Задачи связей с общественностью в управлении кризисом как источником развития предприятия. Анализ внутренней и внешней среды предприятия. Сущность, содержание и эффективность стратегического PR менеджмента. Оценка эффективности стратегического PR менеджмента.

Практическое занятие № 4 Тема: Стратегические аспекты антикризисного PR

Цель: формирование представления об антикризисных связях с общественностью, в том числе при реализации процедур банкротства, а также умений и навыков использования технологий антикризисного PR при решении проблем российских организаций, находящихся в кризисном состоянии или проходящих процедуры банкротства

Формируемая компетенция ПК-5, ПК-8, ПК-10, ПК-13.

Актуальность темы: деятельность органов государственной власти затрагивает все стороны жизни общества и восприятие гражданами зависит от политики.

Вопросы и задания:

1. Анализ внутренней и внешней среды предприятия.
2. Сущность, содержание и эффективность стратегического PR менеджмента.
3. Оценка эффективности стратегического PR менеджмента.

Теоретическая часть

Анализ внутренней и внешней среды предприятия. Сущность, содержание и эффективность стратегического PR менеджмента. Оценка эффективности стратегического PR менеджмента.

Практическое занятие № 5 Тема: Прогнозирование и планирование антикризисного PR

Цель: формирование представления об антикризисных связях с общественностью, в том числе при реализации процедур банкротства, а также умений и навыков использования технологий антикризисного PR при решении проблем российских

организаций, находящихся в кризисном состоянии или проходящих процедуры банкротства

Формируемая компетенция ПК-5, ПК-8, ПК-10, ПК-13.

Актуальность темы: деятельность органов государственной власти затрагивает все стороны жизни общества и восприятие гражданами зависит от политики.

Вопросы и задания:

1. Создание антикризисной «команды».
2. Система профилактики и прогнозирования кризисов.
3. Антикризисная программа: создание коррекция.
4. Выделение типичных для организации кризисов, разработка позиции антикризисного реагирования.
5. Алгоритм поведения: «угроза – модель действий». Кризисный пресс-центр. Коммуникативное поведение организации в ситуации кризиса.
6. Подготовка библиографического списка по изучаемой дисциплине.

Теоретическая часть

Создание антикризисной «команды». Система профилактики и прогнозирования кризисов. Антикризисная программа: создание коррекция. Выделение типичных для организации кризисов, разработка позиции антикризисного реагирования. Алгоритм поведения: «угроза – модель действий». Кризисный пресс-центр. Коммуникативное поведение организации в ситуации кризиса. Подготовка библиографического списка по изучаемой дисциплине.

Практическое занятие № 6 Тема: Прогнозирование и планирование антикризисного PR

Цель: формирование представления об антикризисных связях с общественностью, в том числе при реализации процедур банкротства, а также умений и навыков использования технологий антикризисного PR при решении проблем российских организаций, находящихся в кризисном состоянии или проходящих процедуры банкротства

Формируемая компетенция ПК-5, ПК-8, ПК-10, ПК-13.

Актуальность темы: деятельность органов государственной власти затрагивает все стороны жизни общества и восприятие гражданами зависит от политики.

Вопросы и задания:

1. Алгоритм поведения: «угроза – модель действий». Кризисный пресс-центр. Коммуникативное поведение организации в ситуации кризиса.
2. Подготовка библиографического списка по изучаемой дисциплине.

Теоретическая часть

Алгоритм поведения: «угроза – модель действий». Кризисный пресс-центр. Коммуникативное поведение организации в ситуации кризиса. Подготовка библиографического списка по изучаемой дисциплине.

Практическое занятие № 7

Тема: Внутрикорпоративная политика как часть антикризисного PR- менеджмента

Цель: формирование представления об антикризисных связях с общественностью, в том числе при реализации процедур банкротства, а также умений и навыков использования технологий антикризисного PR при решении проблем российских организаций, находящихся в кризисном состоянии или проходящих процедуры банкротства

Формируемая компетенция ПК-5, ПК-8, ИД-1 ПК-8, ПК-10, ПК-13.

Актуальность темы: деятельность органов государственной власти затрагивает все стороны жизни общества и восприятие гражданами зависит от политики.

Вопросы и задания:

1. Кадровый потенциал как важнейший фактор выживания, его оценка и реструктуризация.
2. Работа с персоналом в кризисной ситуации.
3. Социально- психологические аспекты управления персоналом в условиях кризиса.
4. Технологии работы и коммуникативные каналы внутреннего PR.
5. Нейтрализация неконструктивных тенденций внутри организации (внутреннего сегмента общественности).

Теоретическая часть:

Кадровый потенциал как важнейший фактор выживания, его оценка и реструктуризация. Работа с персоналом в кризисной ситуации. Социально- психологические аспекты управления персоналом в условиях кризиса. Технологии работы и коммуникативные каналы внутреннего PR. Нейтрализация неконструктивных тенденций внутри организации (внутреннего сегмента общественности).

Практическое занятие № 8

Тема: Внутрикорпоративная политика как часть антикризисного PR- менеджмента

Цель: формирование представления об антикризисных связях с общественностью, в том числе при реализации процедур банкротства, а также умений и навыков использования технологий антикризисного PR при решении проблем российских организаций, находящихся в кризисном состоянии или проходящих процедуры банкротства

Формируемая компетенция ПК-5, ПК-8, ПК-10, ПК-13.

Актуальность темы: деятельность органов государственной власти затрагивает все стороны жизни общества и восприятие гражданами зависит от политики.

Вопросы и задания:

1. Социально- психологические аспекты управления персоналом в условиях кризиса.
2. Технологии работы и коммуникативные каналы внутреннего PR.
3. Нейтрализация неконструктивных тенденций внутри организации (внутреннего сегмента общественности).

Теоретическая часть:

Социально- психологические аспекты управления персоналом в условиях кризиса. Технологии работы и коммуникативные каналы внутреннего PR. Нейтрализация неконструктивных тенденций внутри организации (внутреннего сегмента общественности).

Практическое занятие № 9 **Тема:** Повседневный PR как антикризисное средство

Цель: формирование представления об антикризисных связях с общественностью, в том числе при реализации процедур банкротства, а также умений и навыков использования технологий антикризисного PR при решении проблем российских организаций, находящихся в кризисном состоянии или проходящих процедуры банкротства

Формируемая компетенция ПК-5, ПК-8, ПК-10, ПК-13.

Актуальность темы: деятельность органов государственной власти затрагивает все стороны жизни общества и восприятие гражданами зависит от политики.

Вопросы и задания:

1. Поддержание, коррекция, защита имиджа организации, предприятия от внешних воздействий.
2. Оперативное реагирование на события.
3. Создание «круга друзей» организации».
4. Принцип постоянных коммуникаций с референтными целевыми группами общественности.
5. Контроль коммуникативных каналов.
6. Антикризисный мониторинг.
7. Подготовка конспекта работы Чумикова А. Н. Антикризисные коммуникации : учеб. пособие для вузов / А. Н. Чумиков. – Москва : Аспект Пресс, 2013. – 172 с. (С. 92-150).

Теоретическая часть

Поддержание, коррекция, защита имиджа организации, предприятия от внешних воздействий. Оперативное реагирование на события. Создание «круга друзей» организации». Принцип постоянных коммуникаций с референтными целевыми группами общественности. Контроль коммуникативных каналов. Антикризисный мониторинг.

I. Ответьте на следующие вопросы:

1. Классификация типов проектов по сложности
2. Классификация типов проектов по качеству исполнения
3. Классификация типов проектов по уровню участников
4. Классификация типов проектов по отношению к предприятию-заказчику
5. Классификация типов проектов по инновационности замысла
6. Понятие стратегия проекта
7. Перечислите управляемые параметры проекта
8. Сущность принципа комплексности проектирования
9. Сущность принципа вариантности проектирования
10. Понятие жизненного цикл проекта
11. Охарактеризуйте процесс формирования задания на проектирование на стадии предпроектного исследования
12. Перечислите стадии проектирования
13. Перечислите основные правила составления сметной документации
14. Охарактеризуйте понятие сметы
15. Понятие локальных смет
16. Понятие генеральной сметы
17. Понятие объектной сметы
18. Основные критерии классификации рисков проектов
19. Виды рисков проекта по размеру возможных потерь
20. Охарактеризуйте метод экспертных оценок
21. Охарактеризуйте SWOT-анализ
22. Охарактеризуйте спираль рисков
23. Перечислите основные стратегии управления негативными рисками
24. Дайте определение понятию «глобальная марка»
25. Дайте определение понятию «коммуникация»
26. Дайте определение понятию «Антикризисный PR»
27. Дайте определение понятию «Паблисити»
28. Дайте определение понятию «Сбытовая политика»
29. Дайте определение понятию «Спонсорство»
30. Назовите два основных варианта реагирования на кризис.
31. Назовите "третий путь" реагирования на кризис
32. Перечислите цели внутриорганизационной коммуникации

33. Что такое антикризисная стратегия?
34. Что необходимо сделать на начальном периоде кризиса?
35. От чего зависти выбор антикризисных мероприятий?
36. Какую стратегию борьбы со слухами предложил американский специалист по вопросам коммуникации в условиях кризиса Уолтер Джон?
37. Дайте определение понятию «кризис»
38. Назовите 2 типичных признака кризисной ситуации
39. Назовите одну из важнейших задач PR-специалиста в условиях кризисной ситуации
40. Какие важные факторы обязательно учитываются при работе с кризисной ситуацией?
41. Дайте определение понятию «Реинжиниринг»
42. Преимущества развития искусственного интеллекта
43. Цели антикризисного управления
44. Преимущества применения автоматизированных систем управления для сбора, обработки и анализа больших данных в режиме реального времени, а также генерации новых моделей и алгоритмов поведения с помощью искусственного интеллекта
45. «Парадокс прибыльности» описанный Е.П. Кочетковым
46. Преимущества использования цифровых двойников
47. Основные семь функции корпоративной культуры
48. Адхократический тип корпоративных культур
49. Рыночный тип корпоративных культур
50. Бюрократический тип корпоративных культур
51. Клановый тип корпоративных культур
52. Опишите модель «спиральной динамики»
53. Классификация типа компаний и культур по принципу продуктивности и позитивности компаний.
54. Охарактеризуйте тип компаний и культур «Низкая продуктивность, высокая позитивность»
55. Охарактеризуйте тип компаний и культур «Низкая продуктивность, низкая позитивность»
56. Охарактеризуйте тип компаний и культур «Высокая продуктивность, низкая позитивность»
57. Охарактеризуйте тип компаний и культур «Высокая продуктивность, высокая позитивность»
58. Основные ошибки в развитии корпоративной культуры
59. Использование для управления затратами ABC-метода
60. Этапы ABC-метода операционной оценки затрат

II. ТЕСТЫ

Процесс разработки инвестиционной стратегии предприятия начинается с:

- a. определения общего периода формирования инвестиционной стратегии
 - b. анализа внешней среды
- оценки уровня инвестиционных рисков

По рискам инвестиции могут быть:

- a. внутренние
- b. агрессивные
- c. умеренные
- d. консервативные

Кто не является субъектом инвестиционной деятельности:

- a. казначейство
- b. инвесторы
- c. заказчики
- d. подрядчики
- e. пользователи объектов капитальных вложений

Что такое целевое действие пользователя на сайте?

Укажите наиболее правильный и полный ответ.

- a. Целевое действие – это звонок потенциального клиента в офис компании
- b. Целевое действие на сайте – это такое действие, которое демонстрирует заинтересованность пользователя в товаре или услуге компании: клик на определенную кнопку, посещение определенной страницы, заполнение формы
- c. Целевое действие – это время, которое проводит пользователь на сайте
- d. Целевое действие – это время, которое проводит пользователь на сайте

Впишите пропущенные слова.

... — это целостное восприятие компании различными целевыми аудиториями, которое формируется на основании информации о ее деятельности.

Какие из перечисленных параметров присущи кризисной ситуации:

- a. степень угрозы жизни, безопасности и существования компании;
- b. ограничение времени для принятия решения;
- c. стрессы у ответственных лиц;
- d. повышенное давление на компанию со стороны общественности и средств массовой информации.

е. Всё вышеперечисленное

Кто осуществляет прямые инвестиции:

- a. субъекты с финансовыми возможностями непосредственно в контакте с субъектами, обладающими финансовой потребностью для фондовых инвестиций
- b. участники финансового рынка
- c. вкладывающие средства в совместные предприятия

Маржинальный доход рассчитывается как:

- a) Разница между выручкой от реализации продукции и ее переменной себестоимости
- b) Сумма постоянных издержек и прибыли организации
- c) Разница между выручкой от реализации продукции и ее производственной себестоимости

верны первые два ответа

Термин антикризисное управление – это:

- a. управляемый процесс предотвращения и преодоления кризиса, отвечающий целям организации и соответствующий объективным тенденциям его развития;
- b. управление определённым образом предвидящее опасность кризиса, предусматривающий анализ симптомов и мера по снижению кризиса и использования факторов для дальнейшего развития;
- c. первоначальное внешнее проявление кризисных явлений.

Что НЕ является характерной чертой антикризисного управления:

- a. кризисы можно предвидеть, ожидать и вызывать;
- b. кризисы в определенной мере можно ускорять, предварять, отодвигать;
- c. кризисы в итоге несут только негативные последствия;
- d. кризисами можно управлять;
- e. управление процессами выхода из кризиса способно ускорять эти процессы и минимизировать их последствия.

Что НЕ относится к свойствам антикризисного управления:

- a. гибкость и адаптивность
- b. усиление централизации управления
- c. диверсификация управления
- d. усиление интеграционных процессов
- e. децентрализация управления.

Определение состояния объекта, предмета, явления или процесса, посредством реализации комплекса исследовательских процедур, выявления в них слабых звеньев – это...

Кто из нижеперечисленных входит в круг заинтересованных лиц внутренней среды:

- a. Главный управляющий;
- b. Партнеры и инвесторы;
- c. Топ-менеджеры;

- d. Сотрудники фирмы;
- e. СМИ;
- f. Руководители фирмы.

Цифровая инфраструктура приводит к сокращению следующего фактора:

- a) производительности труда
- b) производственных и транзакционных издержек
- c) количества рабочих мест

На что не влияет цифровая инфраструктура:

- a. способы ведения бизнеса
- b. запасы невозобновляемых ресурсов
- c. распределение новых возможностей

Как расшифровывается сокращение “сквот”, часто встречающееся в материалах и публикациях по программе “Цифровая экономика”:

- a. виртуальное сообщество киберсквоттеров, регистрирующих на себя популярные интернет-домены цифровых сервисов
- b. среднеквадратичное отклонение показателей цифровой экономики от показателей традиционной экономики
- c. сквозная технология

Целью автоматизации финансовой деятельности является:

- a. снижение затрат
- b. устранение рутинных операций и автоматизированная подготовка финансовых документов +
- c. повышение квалификации персонала

Впишите пропущенное слово в нужном падеже.

Люди (группа лиц), которых можно охватить определенным средством рекламы и определенным обращением, называются ... аудиторией

Основными проблемами инвестиционного проектирования являются:

- a. разработка сценария динамики ёмкости рынка
- b. оптимизация налогообложения
- c. оценка технико-экономической реализуемости проекта
- d. разработка инструментария, повышающего вероятность успеха проекта

Инвестиционная стадия заключается в:

- a. проведении торгов и заключении контрактов, организации закупок и поставок, подготовительных работах
- b. ремонт, развитие производства и закрытие проекта
- c. изучение инвестиционных возможностей проекта

Инвестиционный климат – это:

- a. совокупность законодательных, социально-экономических, финансовых, политических и географических факторов, присущих данной стране (региону, отрасли), которые оказывают существенное влияние на инвестиционную активность реальных и потенциальных инвесторов
- b. набор оптимальных условий для осуществления инвестиционно-экономических процессов
- c. благоприятная инвестиционная среда для осуществления финансовых к реальным инвестициям

Список литературы:

Основная литература:

1. Антикризисное управление : учебник / И.К. Ларионов, Н.И. Брагин, А.Н. Герасини др. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 380 с. : ил. - (Учебные издания для магистров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03072-7 ; То же[Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496090>
2. Гореликов, К.А. Антикризисное управление : учебник / К.А. Гореликов. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 216 с. : ил. - (Учебные

издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03009-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496109>

Дополнительная литература

1. Беляев, А.А. Антикризисное управление : учебник / А.А. Беляев, Э.М. Коротков. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 311 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01580-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114721>

2. Блюмин, А.М. Информационный консалтинг: теория и практика консультирования : учебник / А.М. Блюмин. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 363 с. : табл., граф., схем. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01897-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450721>

3. Двинянинова, Е.Н. Психология массовых коммуникаций : Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по эконом.игуманит. напр. и специальностям / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова ; Высш. шк. экон., Нац. исслед. ун-т. – Москва : Юрайт, 2017. – 264 с. : табл., схемы. – (Бакалавриат.Академический курс). – Гриф: Рек. УМО. – Библиогр: с. 261-263. – ISBN 978-5-534-00227-0

4. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров : для студентов вузов, обучающихся по гуманитар. напр. и специальностям / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед ; Рос.эконом. ун-т им. Г. В. Плеханова. – Москва :Юрайт, 2017. – 384 с. : ил., табл. – (Бакалавр.Базовый курс). – Гриф: Доп. УМО. – Библиогр.: с. 383. – ISBN 978-5-9916-3077-1

Интернет-ресурсы:

1. <https://www.gks.ru/> - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <http://biblioclub.ru>
3. Научная электронная библиотека e-library – www.elibrary.ru
4. <http://catalog.ncstu.ru/catalog> – Официальный сайт библиотеки ФГАОУ ВО СКФУ <https://finuch.ru/> Учебное пособие по финансовой грамотности
5. <http://www.cbr.ru/> официальный сайт ЦБ РФ
6. <http://www.consultant.ru/>- Справочно правовая система КонсультантПлюс
7. <https://fmc.hse.ru/> Федеральный методический центр по финансовой грамотности
8. fingramota.org Материалы информационного портала

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические указания

для обучающихся по организации и проведению самостоятельной
работы по дисциплине

«АНТИКРИЗИСНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ»

для студентов направления подготовки

42.03.01. Реклама и связи с общественностью (профиль)

Коммуникативные технологии и реклама

СОДЕРЖАНИЕ

- Введение
- Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины
- План-график выполнения самостоятельной работы
- Методические указания по изучению теоретического материала
- Список рекомендуемой литературы

1. Введение

Методические указания к выполнению самостоятельной работы студентов по дисциплине «Антикризисные технологии в цифровой среде» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью.

Основной формой работы студента является не только работа на лекции, изучение конспекта лекций, их дополнение рекомендованной литературой, но и практические занятия, которые позволяют глубоко проникнуть в суть рассматриваемой проблемы. Но для успешной учебной деятельности, ее интенсификации необходимо учитывать следующие субъективные факторы:

1. Знание программного материала, наличие прочной системы знаний, необходимой для усвоения основных дисциплин, предусмотренных программой.

2. Наличие выработанных умений, навыков умственного труда:

а) умение делать глубокий, обстоятельный анализ при работе с книгой, Интернет–источниками;

б) владение логическими операциями: сравнение, анализ, обобщение, определение понятий, правила систематизации и классификации.

3. Специфика познавательных психических процессов: внимание, память, речь, наблюдательность, интеллект и мышление.

4. Хорошая работоспособность, которая обеспечивается нормальным физическим состоянием.

5. Соответствие избранной деятельности, профессии индивидуальным способностям. Необходимо выработать умение саморегулировать свое эмоциональное состояние и устранять обстоятельства, нарушающие деловой настрой, мешающие намеченной работе.

6. Овладение оптимальным стилем работы, обеспечивающим успех в деятельности.

7. Уровень требований к себе, определяемый сложившейся самооценкой.

Адекватная оценка знаний, достоинств, недостатков – важная составляющая самоорганизации человека, без нее невозможна успешная работа по управлению своим поведением, деятельностью.

По наблюдениям исследователей педагогов, одна из основных особенностей обучения заключается в том, что постоянный внешний контроль заменяется самоконтролем, активная роль в обучении принадлежит уже не столько преподавателю, сколько студенту.

2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины «Методология научных исследований» понимается как планируемая учебная работа, выполняемая в аудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, с его непосредственным участием.

Самостоятельная работа направлена на формирование следующих компетенций:

Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью – **ПК-5**.

ИД-1 ПК-5 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

ИД-2 ПК-5 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

ИД-3 ПК-5 Владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства

и (или) реализации коммуникационного продукта – **ПК-8**.

ИД-1 ПК-8 Знает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта.

ИД-2 ПК-8 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.

ИД-3 ПК-8 Владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.

Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами – **ПК-10**.

ИД-1 ПК-10 Знает, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.

ИД-2 ПК-10 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.

ИД-3 ПК-10 Владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.

Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры – **ПК-13**.

ИД-1 ПК-13 Знает особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

ИД-2 ПК-13 Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

ИД-3 ПК-13 Владеет навыками корпоративной культуры.

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения дисциплины «Антикризисные технологии в цифровой среде» – научить студента осмысленно работать с:

- 1) учебным материалом по дисциплине;
- 2) научной информацией, актуальными исследованиями в области массовой коммуникации;
- 3) эмпирическими данными, получаемыми в ходе экспериментальных исследований;
- 4) методологическими подходами современных исследований;
- 5) конкретными методами и методиками.

План-график выполнения самостоятельной работы (для ОФО)

Коды реализуемых компетенций, индикатора(ов)	Вид деятельности студентов	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе (астр.)		
			СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
ПК-5. ИД-1, ПК-5. ИД-2, ПК-5. ИД-3 ПК-8. ИД-1, ПК-8. ИД-2, ПК-8. ИД-3, ПК-10. ИД-1, ПК-10. ИД-2, ПК-10. ИД-3 ПК-13. ИД-1, ПК-13. ИД-2, ПК-13. ИД-3	Самостоятельное изучение литературы с 1-9 темам	собеседование	64,8	7,2	72
Итого за 7 семестр			64,8	7,2	72

4. Методические указания по изучению теоретического материала

4.1. Рекомендации по организации работы с литературой

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данной дисциплине.

Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего.

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий дисциплины. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Различают два вида чтения; первичное и вторичное. *Первичное* - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах. После него не должно остаться ни одного непонятого олова. Содержание не всегда может быть понятно после первичного чтения.

Задача *вторичного* чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым).

Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания. Основные советы здесь можно свести к следующим:

- составить перечень книг, с которыми следует познакомиться;
- перечень должен быть систематизированным (что необходимо для семинаров, что для экзаменов, что пригодится для написания курсовых и дипломных работ).
- обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит очень сэкономить время).
- разобраться для себя, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть.
- при составлении перечней литературы следует посоветоваться с преподавателями и научными руководителями, которые помогут лучше сориентироваться.
- все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно выписывать кратко основные идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты.
- в работе с научной литературой следует выработать в себе способность «воспринимать» сложные тексты; для этого лучший прием – научиться «читать медленно», когда понятно каждое прочитанное слово (а если слово незнакомое, то либо с помощью словаря, либо с помощью преподавателя обязательно его узнать).

4.2. Задания для самостоятельной работы студентов

4.2.1. Вид самостоятельной работы студентов: самостоятельное изучение литературы.

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект.

Средства и технологии оценки: собеседование.

Порядок оформления и предоставления: оформляется в виде конспекта. При составлении конспекта необходимо внимательно прочитать текст. После этого выделить

главное, составить план; кратко сформулировать основные положения текста; законспектировать материал, четко следуя пунктам плана. Записи следует вести четко, ясно.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Конспект предоставляется в рукописном виде на практическом занятии.

Критерии оценивания: Оценка «отлично» ставится студенту, если он полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Оценка «хорошо» ставится студенту, если он дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «отлично», но допускает ошибки, которые сам же исправляет, и имеются недочеты в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, если студент он незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

Виды самостоятельной работы: подготовка к практическим и семинарским занятиям, подготовка к собеседованию, работа с литературными источниками и вопросами для самопроверки, подготовка к зачету.

Формы самостоятельной работы: – письменная (конспектирование), письменноречевая (написание конспектов с последующим выступлением на занятии); устная (работа с литературой, подготовка к сдаче зачета); - индивидуальная (выступление), групповая (дискуссия). Методы контроля самостоятельной работы преподавателем: – оценка выступления, грамотное и последовательное раскрытие основных вопросов заданной

темы; - оценка презентации, учитывающая умение выразить личную позицию автора по поставленной проблеме, излагать ее последовательно и логично, формулировать и обосновывать собственные суждения. Надлежащее выполнение студентами заданий для самостоятельной работы способствует формированию и развитию профессионально значимых знаний, навыков и компетенций.

Вопросы для собеседования

Тема 1. Понятия и принципы антикризисной коммуникации в цифровой среде.

1. Определение кризиса.
2. Типология кризисов: по масштабам, сферам и др. Макро- и микрокризисы.
3. Группы кризисов: экономические, социальные, организационные, технологические.

Тема 2. Понятия и принципы антикризисного PR.

Группы кризисов: экономические, социальные, организационные, технологические.

2. Причины и последствия возникновения кризисов.
3. Функции антикризисного PR менеджмента.
4. Соотношение конфликтных и антикризисных связей с общественностью

Тема 3. Стратегические аспекты антикризисного PR

1. Стратегия и тактика управления имиджем и репутацией кризисного предприятия
2. Репутационные исследования в практике российских предприятий.
3. Задачи связей с общественностью в управлении кризисом как источником

развития предприятия.

4. Анализ внутренней и внешней среды предприятия.
5. Сущность, содержание и эффективность стратегического PR-менеджмента.
6. Оценка эффективности стратегического PR-менеджмента.

Тема 4. Прогнозирование и планирование антикризисного PR

1. Создание антикризисной «команды».
2. Система профилактики и прогнозирования кризисов.
3. Антикризисная программа: создание коррекция.
4. Выделение типичных для организации кризисов, разработка позиции

антикризисного реагирования.

5. Алгоритм поведения: «угроза — модель действий». Кризисный пресс-центр.

Коммуникативное поведение организации в ситуации кризиса.

6. Подготовка библиографического списка по изучаемой дисциплине.

7. Алгоритм поведения: «угроза — модель действий». Кризисный пресс-центр.

Коммуникативное поведение организации в ситуации кризиса.

Тема 5. Внутрикорпоративная политика как часть антикризисного PR-менеджмента

1. Кадровый потенциал как важнейший фактор выживания, его оценка и реструктуризация.

2. Работа с персоналом в кризисной ситуации.

Нейтрализация неконструктивных тенденций внутри организации (внутреннего сегмента общественности).

6. Социально- психологические аспекты управления персоналом в условиях кризиса.

7. Технологии работы и коммуникативные каналы внутреннего PR

Нейтрализация неконструктивных тенденций внутри организации (внутреннего сегмента общественности).

Тема 6. Повседневный PR как антикризисное средство

1. Поддержание, коррекция, защита имиджа организации, предприятия от внешних воздействий.

2. Оперативное реагирование на события.

3. Создание «круга друзей» организации».

4. Принцип постоянных коммуникаций с референтными целевыми группами общественности.

5. Контроль коммуникативных каналов.

6. Антикризисный мониторинг.

7. Принцип постоянных коммуникаций с референтными целевыми группами общественности.

8. Контроль коммуникативных каналов.

9. Антикризисный мониторинг.

Тема 7. Особенности антикризисного PR в бизнесе

1. Факторы устойчивости: корпоративная идеология, авторитет и имидж руководителя, устойчивые каналы коммуникации с внешней и внутренней общественностью.

2. Спонсорство, работа с властью, лоббирование.

3. Конкурентная борьба и самозащита.

4. Защита информации и управление слухами.
5. Обратная связь с клиентами, потребителями.
6. Судебные иски как средство PR.
7. Защита информации и управление слухами.
8. Обратная связь с клиентами, потребителями.

Тема 8. Особенности антикризисного PR политике и общественном секторе

1. Политическая реклама.
2. Принципы работы со СМИ, программа коммуникаций.
3. Противодействие «черному PR» в политике.

Тема 9. Влияние Интернета на кризисную коммуникацию

1. Кризисное управление.
2. Докризисный этап.
3. Действия в момент кризиса.

6. Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций

Основная литература:

1. Антикризисное управление : учебник / И.К. Ларионов, Н.И. Брагин, А.Н. Герасини др. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 380 с. : ил. - (Учебные издания для магистров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03072-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496090>
2. Гореликов, К.А. Антикризисное управление : учебник / К.А. Гореликов. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 216 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03009-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496109>

Дополнительная литература

1. Беляев, А.А. Антикризисное управление : учебник / А.А. Беляев, Э.М. Коротков. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 311 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01580-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114721>
2. Блюмин, А.М. Информационный консалтинг: теория и практика консультирования : учебник / А.М. Блюмин. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 363 с. : табл., граф., схем. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01897-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450721>
3. Двинянинова, Е.Н. Психология массовых коммуникаций : Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по эконом.игуманит. напр. и специальностям / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова ; Высш. шк. экон., Нац. исслед. ун-т. – Москва : Юрайт, 2017. – 264 с. : табл., схемы. – (Бакалавриат.Академический курс). – Гриф: Рек. УМО. – Библиогр: с. 261-263. – ISBN 978-5-534-00227-0
4. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров : для студентов вузов, обучающихся по гуманитар. напр. и специальностям / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед ; Рос.эконом. ун-т им. Г. В. Плеханова. – Москва :Юрайт, 2017. – 384 с. : ил., табл. – (Бакалавр.Базовый курс). – Гриф: Доп. УМО. – Библиогр.: с. 383. – ISBN 978-5-9916-3077-1

Интернет-ресурсы:

9. <https://www.gks.ru/> - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.
10. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <http://biblioclub.ru>
11. Научная электронная библиотека e-library – www.elibrary.ru

12. <http://catalog.ncstu.ru/catalog> – Официальный сайт библиотеки ФГАОУ ВО СКФУ <https://finuch.ru/> Учебное пособие по финансовой грамотности
13. <http://www.cbr.ru/> официальный сайт ЦБ РФ
14. <http://www.consultant.ru/>- Справочно правовая система КонсультантПлюс
15. <https://fmc.hse.ru/> Федеральный методический центр по финансовой грамотности
16. fingramota.org Материалы информационного портала