

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Центр бакалавриата Развитие территорий



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

подписано электронно-цифровой подписью

### Программа дисциплины

Регулирование кризисных ситуаций на региональном и муниципальном уровнях Б1.В.ДВ.4

Направление подготовки: 38.03.04 - Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Леонтьева Л.С.

**Рецензент(ы):**

Халилова Т.В.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Глебова И. С.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_ от "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: развитие территорий):

Протокол заседания УМК No \_\_\_ от "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No 948340717

Казань  
2017

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Леонтьева Л.С. кафедры государственного и муниципального управления Институт управления, экономики и финансов, LSLeonteva@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Целью изучения данной дисциплины является ознакомление с основными положениями антикризисного менеджмента, роли в нем связей с общественностью, методами и технологиями, используемыми в управлении кризисами. сформировать у студентов системное представление о роли PR в прогнозировании, предотвращении, анализе и преодолении кризисных ситуаций в общественно-политических и бизнес-организациях.

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.4 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.04 Государственное и муниципальное управление и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Рассматривает как общие принципы антикризисного управления, так и особенности, присущие связям с общественностью как одной из разновидностей антикризисного менеджмента.

Изучение данной дисциплины для студентов по специальности 'Государственное и муниципальное управление' базируется на междисциплинарных связях с такими дисциплинами учебного плана, как: 'Управление общественными отношениями', 'Государственное управление информационными процессами', 'Конфликтология', 'Политический менеджмент'.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
опк-2	? выработать у студентов навыки практического применения принципов и методов анализа кризисных ситуаций и соответствующих коммуникативных действий

В результате освоения дисциплины студент:

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Обучающийся должен демонстрировать знания как общих принципов антикризисного управления, так и особенностей, присущих связям с общественностью как одной из разновидностей антикризисного менеджмента, особенно на уровне региональной и муниципальной власти.

Целью изучения данной дисциплины является ознакомление с основными положениями антикризисного менеджмента, антикризисных коммуникаций, роли связей с общественностью, методами и технологиями, используемыми в управлении кризисами.

### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единицы(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### 4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Предмет, метод и содержание курса. Кризис и антикризисный PR.	7		2	4	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Типология кризисов	7		4	4	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Управление кризисными ситуациями	7		4	4	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса	7		4	4	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий	7		4	4	0	Письменная работа
6.	Тема 6. Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях	7		4	4	0	Презентация
7.	Тема 7. Технологии предотвращения экстремальных ситуаций	7		4	4	0	Дискуссия
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Экзамен
	Итого			26	28	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

**Тема 1. Предмет, метод и содержание курса. Кризис и антикризисный PR.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Антикризисный PR ? комплекс мероприятий по прогнозированию, недопущению или преодолению кризиса репутации. В кризисной ситуации, независимо от масштаба кризиса и его характера, основные функции антикризисного PR заключаются в информационном обслуживании реализации программы выхода из кризиса. Прежде всего, сюда относятся: ? 1.поддержка внутри организации высокого уровня сплоченности, уверенности в успехе; ? 2.обеспечение внешней поддержки: со стороны СМИ, представителей власти, политических и бизнес-кругов, потребителей товаров (услуг). "Профилактика кризисов"- задача АПР. Кризис имеет свою динамику развития, в которой прослеживается закономерность, последовательность: 1. внезапность возникновения; 2. недостаток информации; 3. эскалация событий; 4. потеря контроля; 5. нарастание вмешательства внешних сил; 6. ментальность ?загнанного в угол?; 7. паника.

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

? Задачи, функции антикризисного PR ? Основные категории антикризисного PR. ? Сущность и методы антикризисного PR. ? Кризис с точки зрения антикризисного PR. ? ? Внешние и внутриорганизационные факторы, стимулирующие кризис. Признаки кризиса. ? Типичные ошибки предприятий в кризисных ситуациях.

### **Тема 2. Типология кризисов**

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Сэм Блэк, один из основоположников института PR в Великобритании, разделял все кризисы на 2 вида: 1. "известное неизвестное" (ИН) 2. "неизвестное неизвестное" (НН). Абсолютное большинство кризисов, с которыми сталкиваются компании, предприятия, организации, страны, принадлежат к категории ИН ? они в принципе прогнозируемы и известны (14%). Типология Скотта Катлипа: критерий - динамика протекания кризиса: 1. неожиданные кризисы (происходят внезапно, требуют заблаговременного общего плана действий); 2. назревающие (дают больше времени для изучения и планирования, но вступают в разрушительную стадию внезапно, важно предпринять шаги до этого момента); 3. непрерывные (длятся месяцами и даже годами, часто поддерживаются очередной волной слухов). Большинство кризисов по сути своей являются назревающими. Но для компании-организации они "кажутся" неожиданными. Есть и другие, общепринятые в литературе, классификации, наприим., по источнику возникновения кризиса и его последствиям: 1. разрушительные (катастрофические последствия ? жертвы и разрушения) 2. неразрушительные (неожиданные угрозы, но потери отсрочены или отсутствуют) 3. природные (землетрясения, торнадо, ураганы, засухи, эпидемии). 4. преднамеренные (акты терроризма, разглашение секретов, умышленные слухи, угрозы отравления продуктов). 5. непреднамеренные (взрывы, пожары, аварии, биржевые крахи, банкротства, финансовый кризис, проблемы на производстве). След.классификация: по структуре отношений в социально-экономической системе: экономические, социальные, организационные, психологические, технологические кризисы. 1. -Экономические кризисы отражают острые противоречия в экономике страны или экономическом состоянии отдельного предприятия. (Наприим., это кризисы производства и реализации товара, взаимоотношений экономических агентов, кризисы неплатежей, потери конкурентных преимуществ, банкротства и пр.) 2. -Социальные кризисы возникают при обострении противоречий или столкновении интересов различных социальных групп или образований: работников и работодателей, профсоюзов и предпринимателей, специалистов различных профессий, персонала и менеджеров и др. 3. -Организационные кризисы проявляются как кризисы структурных изменений системы: Наприим., разделения и интеграции деятельности, распределения функций, регламентации функционирования отдельных подразделений, как отделение административных единиц, регионов, филиалов или дочерних фирм. 4. -Психологические кризисы- это кризисы психологического состояния человека, кризисы в социально-психологическом климате общества или отдельной социальной группы. Они проявляются в след.виде: ? стресс, приобретающий массовый характер, ? возникновение чувства неуверенности, паники, страха за будущее, ? неудовлетворенность работой, правовой защищенностью и социальным положением. 5. -Технологический кризис - связан с научно-технич.развитием. Возникает как кризис новых технологических идей в условиях ярко выраженной потребности в новых технологиях

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

понятие кризисов внешние и внутренние кризисы Классификации кризисов (примеры). По каким основаниям классифицируют кризисы? Каковы наиболее общие причины возникновения кризисов?

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

#### ***лекционное занятие (4 часа(ов)):***

Типичные ошибки в кризисных ситуациях выражаются в двух крайностях: 1."Пассивная крайность": ? "Ничего не говорить", ? "Никак не реагировать", ? "Посмотрим, как ситуация будет развиваться дальше"; 2."Активная крайность": ? "Нужно все отрицать", ? "Мы должны срочно отбросить обвинения", ? "Воспользуемся теми данными, которые есть, на выяснение нет времени". Основной фактор в кризисной ситуации ? это фактор времени. Однако, реакция организаций зачастую медленная. Основные причины этого: ? неготовность к кризису, ? отсутствие антикризисной программы и плана действий, ? неподготовленный персонал. "Имей свою версию. Расскажи все. Расскажи быстро", - вот принципы, которые лежат в основе первых часов профессиональных действий предприятия во время кризиса.

#### ***практическое занятие (4 часа(ов)):***

1. Какие сведения обычно содержит антикризисная программа? 2. Каковы правила поведения организации в кризисной ситуации? На основе каких событий они были разработаны? 3. Какие исключения из правил поведения в кризисной ситуации вам известны? 4. Какие элементы антикризисной стратегии содержатся в правилах поведения организации в условиях кризиса? 5. Каковы каналы взаимодействия с целевыми аудиториями во время кризиса организации? 6. Почему СМИ называют ключевой аудиторией взаимодействия в кризисной ситуации? 7. Каковы основные задачи при работе с потребителями в ситуации кризиса? 8. Какие проблемы испытывает персонал организации в кризисной ситуации? 9. Каковы возможные ситуации, с которыми сталкивается персонал и топ-менеджмент организации в кризисных условиях? 10. Какие существуют технологии для налаживания оптимальной коммуникации с персоналом в кризисной ситуации?

### **Тема 4. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса**

#### ***лекционное занятие (4 часа(ов)):***

К ключевым аудиториям относятся инвесторы, собственные сотрудники. В зависимости от сути кризиса +местные жители, общ.организации, гос.органы, поставщики - это так называемые заинтересованные лица ? любая группа людей, которая может повлиять на благополучие организации Классификация Заинтересованных лиц: ? Заинтересованные лица внутренней среды: Главный управляющий, Руководители фирмы, Топ-менеджеры, Сотрудники фирмы ? Заинтересованные лица внешней среды: Клиенты фирмы, Партнеры и инвесторы, СМИ, Власть. Особо следует выделить СМИ: Во-первых, СМИ склонны искать и транслировать сенсации, неоднозначные оценки. Во-вторых, для СМИ важно, кто первый обнаружит сенсационный факт. В связи с этим может транслироваться непроверенная информация. В третьих, журналисты имеют право требовать разъяснения по ситуации, а также обращаться за комментариями в различные организации. Работа с персоналом, внутренней средой. Цели внутриорганизационной коммуникации: - объяснить, что от них ожидает руководство; - направить их активность; - снизить уровень страха; - дать почувствовать свою значимость в организации во время кризиса. Чтобы нейтрализовать кризисное состояние персонала руководство активизирует внутрикорпоративные коммуникации: -выпускает корпоративную газету, -поддерживает сайт компании (Интернет-коммуникации), -устраивает корпоративные мероприятия. -организует выступления руководства перед сотрудниками. Во время этих выступлений актуально обсуждать вопросы будущего организации, планы развития отделов, политику в отношении персонала. Подготовить персонал к работе с потребителями. В кризисной ситуации - PR строится на разъяснительной политике.

#### ***практическое занятие (4 часа(ов)):***

5. Каковы каналы взаимодействия с целевыми аудиториями во время кризиса организации? 6. Почему СМИ называют ключевой аудиторией взаимодействия в кризисной ситуации? 7. Каковы основные задачи при работе с потребителями в ситуации кризиса? 8. Какие проблемы испытывает персонал организации в кризисной ситуации? 9. Каковы возможные ситуации, с которыми сталкивается персонал и топ-менеджмент организации в кризисных условиях? 10. Какие существуют технологии для налаживания оптимальной коммуникации с персоналом в кризисной ситуации?

### **Тема 5. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий**

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Ключевым моментом в нейтрализации последствий кризиса является выдвижение оперативной версии. От того, какая версия и кем будет выдвинута зависят возможность и эффективность действий политических и экономических субъектов, вовлеченных в кризис. Собственная версия ? это шанс взять решение проблемы под информационный контроль. Если компания смогла выявить проблему в процессе ее перехода в кризис, то это означает, что проблеме дано имя. Ваша версия происходящего может стать основной для имиджа компании. Как образно заметил Д. Фергюсон: ?Вы дали ей имя, и теперь она в вашей власти?. Версия ? это и есть имя проблемы. Стереотипизация как основной принцип восприятия информации в условиях кризиса и конфликта. Стереотипное восприятие включает в себя: ? эмоциональный аспект (сильная эмоциональная окраска, чувство враждебности по отношению к противоположной стороне, недоверие, страх, подозрительность); ? когнитивный аспект (стремление к упрощению информации, схематизм при оценке фактов, крайняя избирательность восприятия). Стереотипизация восприятия в условиях конфликта служит причиной игнорирования всего того, что не укладывается в рамки собственных представлений и желаний. Содержание эффективного сообщения во время кризиса базируется на восприятии целевой аудитории. Оно имеет свои особенности. Основные базовые приемы подготовки информации: --Сопоставление ситуаций. Для людей важны не столько абсолютные, сколько сопоставимые величины --Допустимость события. Общественность должна оценить усилия организации по преодолению кризисной ситуации. Для этого следует информировать о нормах-критериях допустимости каких-либо отклонений в той или иной сфере. --Сравнение риска и выгоды ---Негативные события воспринимаются лично. На каждую ЦА готовится специальное сообщение.

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Почему оперативная версия событий ? необходимое условие выхода организации из кризиса? 2. Как влияет стереотипизация на восприятие информации целевыми аудиториями во время кризиса? 3. Какие факторы восприятия необходимо учитывать, составляя сообщения для целевых аудиторий в кризисной ситуации? 4. Назовите комплексные циклы действий в кризисной ситуации. 5. Какие ситуации провоцируют развитие кризиса в организации? 6. Каково место антикризисного мониторинга в системе действий в кризисной ситуации? 7. Как функционируют локальные приемы действий в кризисной ситуации? 8. Что такое псевдоконфликт?

### **Тема 6. Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях**

#### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Необходимые действия по управлению конфликтом: Первый цикл: Институализация конфликта ? определяем суть кризиса, конфликта, а так же нормы и правила его разрешения. Легитимизация - выяснение того, присутствует ли у большинства участников конфликта добровольная готовность соблюдать предложенные нормы и правила. Структурирование конфликтующих групп - выявление индивидуальных и коллективных субъектов ? носителей проблем. Второй цикл - Тестирование рисков. Выявление потенциальных проблем. Важно учитывать: -прогнозируемые сложности (исследование, формирование баз данных по проблемам, вокруг которых возможен конфликт), -тестирование опасности (проверка конфликтных гипотез), -нейтрализация конфликтного потенциала (разработка коммуникационной стратегии, создание и распределение соответствующих инф. потоков). Прогноз потенциальных проблем требует учета большого числа факторов. Д. Капонигро предложил след.перечень: ?1. Организация недавно испытала кризис. Деятельность организации строго контролируется государством. . Организация испытывает финансовые затруднения. Организацию возглавляет известная личность. Предприятия и учреждения принадлежат государству. Компании находятся на стадии бурного роста. Компания входит в тройку ведущих в своем сегменте рынка Компания только что образовалась. В компании неблагоприятная внутренняя обстановка. В ходе антикризисного мониторинга проводится систематизация потенциальных источников кризиса. Обычно в их число входят: - органы власти и МСУ; - СМИ; - общественные и политические объединения; - конкуренты; - собственные сотрудники; - непосредственные потребители деятельности организации; - сторонники и деловые партнеры; - ?факторы неопределенности? (содержание этого понятия зависит от индивидуальных особенностей базисного PR-субъекта). 3-ий цикл: локальные приемы и механизмы действий.

***практическое занятие (4 часа(ов)):***

? Отличия кризисных PR-сообщений от обычного режима управления репутацией. ? Сценарии PR-действий после локализации кризиса во внешней среде. ? Ошибочные действия руководства в кризисной ситуации ? Циклы действий по управлению конфликтом ? Прогноз потенциальных проблем (Д. Капонигро).

**Тема 7. Технологии предотвращения экстремальных ситуаций**

***лекционное занятие (4 часа(ов)):***



Успех коммуникации в условиях кризиса обусловлен тремя ключевыми факторами, а именно: 1. наличием плана коммуникации как составной части плана преодоления кризиса; План коммуникации определяет: ? способ информационного обмена; ? вид и объем передаваемых сведений; ? периодичность информационных контактов и др. 2. использованием одного человека, выполняющего функцию пресс-секретаря на протяжении всего кризиса. 3. формированием специальной команды по борьбе с кризисом. ?семь смертных грехов кризисных коммуникаций?: 1. Неподготовленность. Компания не готова предоставить какую-либо внятную информацию о кризисе. Каналы распространения информации также отсутствуют. 2. Недоступность. С людьми, обладающими информацией, невозможно связаться. 3. Безразличие. При сообщении сведений игнорируются реальные нужды стейкхолдеров, им передается вовсе не та информация, которую они хотят получить. 4. Молчание. Полный отказ от каких-либо комментариев. 5. Дистанция. Информация передается очень ограниченному кругу лиц. 6. Ложь. Сообщается заведомо недостоверная информация. 7. Наивность. Ситуация представляется существенно менее критичной, нежели на самом деле. Десять типичных ошибок в организации кризисных коммуникаций (М.В. Гундарин): - ?пассивная крайность?: выбор стратегии, основанной на принципах ?ничего не говорить?, ?никак не реагировать?; - ?активная крайность?: поднятие чрезмерной шумихи, полное отрицание всех фактов, даже имеющих в действительности; - принятие позиции ?загнанного в угол?: возможно только оправдаться, снизить потери, но не взять кризис под управление; - недооценка / переоценка силы кризиса и его возможных последствий: связана с отсутствием полноценной аналитической работы, нестабильностью внутри организационной структуры; - недооценка / переоценка сознательной воли ?авторов кризиса?: нельзя подозревать всех и вся, но и нельзя все заранее списывать на невезение и неблагоприятные обстоятельства; - несоблюдение ?правила 6 часов?: запаздывание информации, допущение того, что аудитория узнает о случившемся не от вас; - несоблюдение ?принципов Тайленола?: уход руководства от личной ответственности, робость и нерешительность в вопросе отзыва продукта и т.п.; - отсутствие предварительной подготовки: разработки возможных сценариев, действующих сил и т.п.; - отказ от учета опыта предшественников: ?у нас все по-другому?, ?все само собой образуется? и т.п.; - недоверие к профессионалам со стороны руководства организации

#### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

1. Для чего нужна антикризисная профилактика? 2. Какие меры профилактики кризисов может предпринять PR-служба? 3. Что должно быть сделано в рамках общего менеджмента для предотвращения кризисов? 1. Какие существуют научные подходы к определению понятия ?информационная война?? 2. Какова специфика современных средств информационного противоборства? 3. В чем отличие концепций противодействия и управления, их достоинства и недостатки? 4. Проанализируйте реализацию правил осуществления антикризисных коммуникаций на примере конкретного информационного противоборства.

### **4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)**

<b>N</b>	<b>Раздел Дисциплины</b>	<b>Семестр</b>	<b>Неделя семестра</b>	<b>Виды самостоятельной работы студентов</b>	<b>Трудоемкость (в часах)</b>	<b>Формы контроля самостоятельной работы</b>
1.	Тема 1. Предмет, метод и содержание курса. Кризис и антикризисный PR.	7		подготовка к устному опросу	6	Устный опрос
2.	Тема 2. Типология кризисов	7		подготовка к устному опросу	6	Устный опрос
3.	Тема 3. Управление кризисными ситуациями	7		подготовка к устному опросу	6	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
4.	Тема 4. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса	7		подготовка к устному опросу	6	Устный опрос
5.	Тема 5. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий	7		подготовка к письменной работе	4	Письменная работа
6.	Тема 6. Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях	7		подготовка к презентации	4	Презентация
7.	Тема 7. Технологии предотвращения экстремальных ситуаций	7		подготовка к дискуссии	4	Дискуссия
	Итого				36	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

кейсы, тренинг, разработка антикризисной программы в соответствии с конкретной ситуацией.

## 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

### Тема 1. Предмет, метод и содержание курса. Кризис и антикризисный PR.

Устный опрос , примерные вопросы:

? Задачи, функции антикризисного PR ? Основные категории антикризисного PR. ? Сущность и методы антикризисного PR. ? Кризис с точки зрения антикризисного PR

### Тема 2. Типология кризисов

Устный опрос , примерные вопросы:

? Классификации кризисов (примеры). ? Внешние и внутриорганизационные факторы, стимулирующие кризис. Признаки кризиса. ? Типичные ошибки предприятий в кризисных ситуациях 1. Что такое кризис? 2. Каковы функции антикризисного менеджмента? 3. Какова основная функция антикризисных публичных рилейшнз? 4. Каково соотношение конфликтных и антикризисных связей с общественностью? 5. По каким основаниям классифицируют кризисы? 6. Каковы наиболее общие причины возникновения кризисов? 7. Какие стадии проходит в своем развитии кризис? 8. Каковы возможные последствия кризиса для организации? 9. На какие аспекты кризиса обращают внимание антикризисные PR?

### Тема 3. Управление кризисными ситуациями

Устный опрос , примерные вопросы:

? Антикризисная программа как стратегический план действий. ? Теория управления проблемами Говарда Чейса ? Превентивные технологии формирования позитивного смыслового контекста в организации. ? Какие сведения обычно содержит антикризисная программа? 2. Каковы правила поведения организации в кризисной ситуации? На основе каких событий они были разработаны? 3. Какие исключения из правил поведения в кризисной ситуации вам известны? 4. Какие элементы антикризисной стратегии содержатся в правилах поведения организации в условиях кризиса? 5. Каковы каналы взаимодействия с целевыми аудиториями во время кризиса организации? 6. Почему СМИ называют ключевой аудиторией взаимодействия в кризисной ситуации? 7. Каковы основные задачи при работе с потребителями в ситуации кризиса? 8. Какие проблемы испытывает персонал организации в кризисной ситуации? 9. Каковы возможные ситуации, с которыми сталкивается персонал и топ-менеджмент организации в кризисных условиях? 10. Какие существуют технологии для налаживания оптимальной коммуникации с персоналом в кризисной ситуации?

#### **Тема 4. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса**

Устный опрос , примерные вопросы:

Целевые аудитории во время кризиса организации. Каналы взаимодействия с ЦА. ? Основные задачи при работе с потребителями в ситуации кризиса ? Персонал организации: проблемы в кризисной ситуации. Технологии для налаживания оптимальной коммуникации с персоналом в кризисной ситуации

#### **Тема 5. Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий**

Письменная работа , примерные вопросы:

1. Почему оперативная версия событий ? необходимое условие выхода организации из кризиса? 2. Как влияет стереотипизация на восприятие информации целевыми аудиториями во время кризиса? 3. Какие факторы восприятия необходимо учитывать, составляя сообщения для целевых аудиторий в кризисной ситуации?

#### **Тема 6. Комплексные циклы действий в конфликтных ситуациях**

Презентация , примерные вопросы:

4. Назовите комплексные циклы действий в кризисной ситуации. 5. Какие ситуации провоцируют развитие кризиса в организации? 6. Каково место антикризисного мониторинга в системе действий в кризисной ситуации? 7. Как функционируют локальные приемы действий в кризисной ситуации? 8. Что такое псевдоконфликт?

#### **Тема 7. Технологии предотвращения экстремальных ситуаций**

Дискуссия , примерные вопросы:

1. Для чего нужна антикризисная профилактика? 2. Какие меры профилактики кризисов может предпринять PR-служба? 3. Что должно быть сделано в рамках общего менеджмента для предотвращения кризисов? 4. Технология переговоров.

#### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к экзамену:

1. Кризис с точки зрения антикризисного PR.
2. Классификации кризисов.
3. Задачи, функции антикризисного PR
4. Внутриорганизационные факторы, стимулирующие кризис. Признаки кризиса
5. Принципы работы с внутренней средой организации.
6. Принципы работы с внешней средой организации.
7. Целевые аудитории во время кризиса организации. Каналы взаимодействия с ЦА.
8. СМИ как ключевая аудитория взаимодействия в кризисной
9. ситуации.
10. Основные задачи при работе с потребителями в ситуации кризиса
11. Персонал организации: проблемы в кризисной ситуации
12. Технологии для налаживания оптимальной коммуникации с персоналом в кризисной ситуации.

13. Основные этапы антикризисного PR
14. Внешние факторы, способствующие кризису
15. Пути, методы нейтрализации потока негативной информации
16. Создание собственных информационных потоков как основная задача PR-специалиста
17. Борьба со слухами в кризисной ситуации
18. Отличия кризисного PR от обычного режима управления репутацией
19. Ошибочные действия руководства в кризисной ситуации
20. Задачи PR-специалиста в период после кризиса
21. Оперативная версия как инструмент информационного контроля
22. Стереотипы и стереотипизация (использование в условиях кризиса).
23. Слухи: профилактика и управление
24. Особенности восприятия информации в условиях кризиса или конфликта
25. Базовые приемы подготовки информации
26. Информационные потребности целевых аудиторий в условиях кризиса.
27. Прогноз потенциальных проблем по Д. Капонигро
28. Локальные приемы действий в кризисной ситуации. Антикризисный мониторинг.
29. Этапы антикризисного планирования
30. Структура антикризисного плана
31. Команда антикризисного реагирования
32. Классификация PR-ошибок в кризисной ситуации
33. Кризисный план коммуникаций. Контроль информации о происходящем как задача PR-специалиста (нейтрализация, коррекция, альтернативная инф.)
34. Этап посткризисного планирования.
35. Субъекты и объекты инф.противоборства, основные признаки.
36. Социальные функции инф.войны. Концепции противодействия и управления кризисом в инф.сфере.
37. Коммуникативные правила ведения PR-войны.
38. Кризисные коммуникации в социальных медиа: особенности, рекомендации
39. Цели информационного противоборства и условия, благоприятные для внешнего "антикризисного" управления.
40. Основные подходы к определению понятия "информационно-психологическая война". Средства инф.противоборства и их характеристики.
41. Методы кризисных коммуникаций в условиях инф.войны.
42. Переговоры как метод выхода из кризиса. Коммуникативные особенности переговоров с террористами

### 7.1. Основная литература:

Связи с общественностью : учебник / [Г. В. Морозова, Т. Т. Сидельникова, А. И. Остроумов и др. ; науч. ред. Л. А. Бурганова] ; Казан. федер. ун-т .? Казань : [Издательство Казанского университета], 2016 .? 329 с. : ил., портр. ; 30 .? Авт. указаны на обороте тит. л. ? Библиогр. в конце лекций .? ISBN 978-5-00019-670-0 ((в пер.)) , 100.

Проектирование рекламных и PR-компаний : учебное пособие / М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования 'Казан. нац. исслед. техн. ун-т им. А. Н. Туполева-КАИ' ; отв. ред. Д. К. Сабирова .? Казань : [Издательство КНИТУ-КАИ], 2016 .? 206, [1] с. : ил., портр. ; 20 .? Библиогр. в конце разд. и в подстроч. примеч. ? ISBN 978-5-7579-2140-2 ((в обл.)) , 70 .

Благих, И.А.

Механизм кризиса в российской экономике и антикризисные действия правительства / И. А. Благих // Проблемы современной экономики. Евразийский международный научно-аналитический журнал. ? 2015 .? ♦ 3 .? 31-35 .? ISSN 1818-3395.

Сапир, Ж.

Французская экономика в 2014 г г.: кризис конъюнктурный и кризис структурный / Ж. Сапир // Проблемы прогнозирования. ? 2015 .? ♦ 2 .? 93-107 .? ISSN 0868-6351.

Альшанский, Л.

Кризис закончился, забудьте? / Л. Альшанский // Рынок ценных бумаг. ? 2014 .? ♦ 1 .? 51-53 .? ISSN 0869-6608.

Киселева, И.А.

Принятие решений по управлению организацией в период кризиса: социально-психологические аспекты / И. А. Киселева, Н. Е. Симонович // Аудит и финансовый анализ. ? 2015 .? ♦ 4 .? 308-311 .? ISSN 0236-2988.

Тавокин Е.П. Политическое управление : учеб. пособие / Е.П.Тавокин. ? М. : ИНФРА-М, 2017. ? 209 с. ? (Высшее образование: Бакалавриат). ?

[www.dx.doi.org/10.12737/20878](http://www.dx.doi.org/10.12737/20878).<http://znanium.com/bookread2.php?book=559333>

Киселев А. Г. Управленческий дискурс как социальная коммуникативная технология в системе отношений государства и социума : монография / А.Г. Киселёв, С.А. Шилина. ? М. : ИНФРА-М, 2017. ? 120 с. ? (Научная мысль). ? [www.dx.doi.org/10.12737/22345](http://www.dx.doi.org/10.12737/22345).

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=753693>

## 7.2. Дополнительная литература:

Асеева, М.А.

Нужно ли России антикризисное управление / М. А. Асеева // Аудит и финансовый анализ. ? 2012 .? ♦ 3 .? 383-386 .? ISSN 0236-2988

Чурсина, Ю.А.

Выявление эффективной методики диагностики банкротства предприятия в целях предупреждения введения антикризисного управления / Ю. А. Чурсина, К. В. Кондратьева // Аудит и финансовый анализ. ? 2013 .? ♦ 1 .? 153-160 .? ISSN 0236-2988.

Киселева, И.А.

Принятие решений по управлению организацией в период кризиса: социально-психологические аспекты / И. А. Киселева, Н. Е. Симонович // Аудит и финансовый анализ. ? 2015 .? ♦ 4 .? 308-311 .? ISSN 0236-2988.

Волотовская, О.С.

Анализ эффективности функционирования российской налоговой системы в условиях кризиса / О. С. Волотовская // Аудит и финансовый анализ. ? 2016 .? ♦ 4 .? 18-22 .? ISSN 0236-2988.

Пашков, Роман.

Альтернативы стратегии развития в кризис / Р. Пашков, Ю. Юденков // Бухгалтерия и банки. ? 2015 .? ♦ 12 .? 36-41 .? ISSN 1561-4476.

Семенович, Н.С.

Теоретические подходы к антикризисному регулированию / Н. С. Семенович // Проблемы современной экономики. Евразийский международный научно-аналитический журнал. ? 2011 .? ♦ 2 .? 86-87 .? ISSN 1818-3395

Шавшуков, Вячеслав Михайлович.

Глобальный финансово-экономический кризис: причины, природв, механизмы распространения. Антикризисные действия монетарных властей / В. М. Шавшуков // Экономические науки. ? 2014 .? ♦ 5 .? 121-125 .? ISSN 2072-084X.

## 7.3. Интернет-ресурсы:

история ПР в России и в мире - <http://www.pr-life.ru/>

ООО "Ассоциация "Медиакратия" - <http://www.mediacrata.ru>

Антикризисный ПР - <http://free.megacampus.ru/xbookM0023/book/part-020/page.htm>

Пресс-служба. Деловой журнал - <http://www.press-service.ru/terms/199/>

профессиональный ПР-портал - <http://www.sovetnik.ru/>

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Регулирование кризисных ситуаций на региональном и муниципальном уровнях" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

проектор, ноутбук

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление" и профилю подготовки не предусмотрено .

Автор(ы):

Леонтьева Л.С. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Халилова Т.В. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.