

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«05» сентября » 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Информационная работа в кризисных условиях

по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность (профиль) подготовки:
«Работа с социальными медиа»

Форма обучения
Очно-заочная

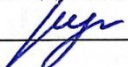
Квалификация
Бакалавр

Год приема
2022


Код дисциплины в учебном плане: **Б1.В.10**

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК

 Э. А. Щеглова

Томск – 2022

Программу составили: И.В. Гужова, доцент кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ; Носова Снежана Сергеевна, старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций НИ ТГУ

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д.филос.н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Информационная работа в кризисных условиях» разработана в соответствии с СУОС НИ ТГУ: *самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (утвержден Ученым советом НИ ТГУ, протокол № 6 от 30.06. 2021 г.)*

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ

Протокол № 7 от 05.09.2022

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-1. Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности;

ПК-2. Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИПК-1.4. Способен управлять внешними и внутренними коммуникациями организации в кризисных ситуациях;

ИПК-2.2. Владеет технологиями организации и проведения мероприятий по повышению имиджа различных базисных субъектов;

ИПК-2.4. Использует коммуникативные технологии для управления общественным мнением.

2. Задачи освоения дисциплины

– развитие навыков анализа внешних и внутренних коммуникаций организации в кризисных ситуациях;

– формирование навыков владения технологиями организации и проведения мероприятий по повышению имиджа различных базисных субъектов в кризисных условиях;

– совершенствование навыков использования коммуникативных технологий для управления общественным мнением в кризисных условиях.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Семестр 3, зачет.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Профессиональные стандарты в PR и рекламе», «Правовое регулирование в PR и рекламе», «Организация специальных мероприятий», «Основы интегрированных коммуникаций».

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часов, из которых:

– лекции: 14 ч.;

– практические занятия: 28 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1: Цели и задачи учебного курса. Информация: различные подходы к её пониманию и классификации. 2 часа лекций и 2 часа практических занятий.

Тема 2: Типологизация кризисов как контекстов информационной деятельности: социальные, техногенные, экономические, политические, военные кризисы. 2 часа лекций и 6 часов практических занятий.

Тема 3: Информация и дезинформация; пропаганда и контрпропаганда. 2 часа лекций и 8 часов практических занятий.

Тема 4: Информационная работа как работа с архетипами, коллективным бессознательным и социально-психологическими стереотипами аудитории. 2 часа лекций и 10 часов практических занятий.

Тема 5: Методы антикризисной информационной деятельности. 2 часа лекций и 10 часов практических занятий.

Тема 6: Особенности информационной работы в условиях информационного противодействия. Социальные сети как пространство реализации различных информационных стратегий. 4 часа лекций и 12 часов практических занятий.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов по лекционному материалу, деловых игр по темам, выполнения домашних заданий, оценки выступлений с докладами и сообщениями, проверки проектных работ и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет в третьем семестре проводится в форме защиты творческой работы. Продолжительность зачета 1,5 часа.

Требования к итоговой работе/кейсу:

Итоговая работа выполняется на примере организации/компании. Работа выполняется по этапам, все пункты являются обязательными к исполнению. Итоговая работа должна быть представлена в формате презентации с пояснительным текстовым документом и размещена в соответствующую папку с заданием в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle».

Задание для выполнения итоговой работы по дисциплине:

Выберите реально существующую компанию/организацию. Проанализируйте компанию, выделите этапы кризиса, дайте определение типу и виду кризиса, в которых находится компания. Опишите особенности информационной работы в условиях кризиса с возможным акцентом на работе с архетипами, коллективным бессознательным и социально-психологическими стереотипами аудитории. Приведите описание возможных

методов антикризисной информационной деятельности, применимой для данной организации. Сформулируйте особенности информационной работы в условиях информационного противодействия для обозначенной компании. Разработайте рекомендации по информационной работе в кризисных условиях на примере конкретной организации.

Критерии оценки устной защиты итоговой работы/кейса:

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с монографической литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы. Кейс проанализирован полно и детально, представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации. Визуализация материала соотносится с основным содержанием и позитивно влияет на восприятие информации. В работе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ. Кейс проанализирован очень поверхностно, нет аналитические выводов, собственных аргументов и рекомендаций. Отсутствует визуализация материала. В работе полностью отсутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

Результаты зачета определяются оценками «зачтено», «не зачтено». «Зачтено» выставляется при условии достижения порогового значения среднего балла по итогам изучения дисциплины в размере 3,0 балла. «Не зачтено» выставляется при условии достижения порогового значения среднего балла по итогам изучения дисциплины менее чем 3,0 балла.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle»

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Ачкасова В. А. GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой.. - Москва: Юрайт, 2023. - 438 с - (Высшее образование) . URL: <https://urait.ru/bcode/511288>
2. Васильева М.М. Связи с общественностью в органах власти/ Учебник. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 495 с. (Электронный ресурс). Режим доступа: URL: <https://biblio-online.ru/viewer/3A53890D-0B5A-4BAA-B214-9EEF9B182C8B#page/1>
3. Жильцова О.Н. Связи с общественностью: учеб. пособие для академического бакалавриата/ О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 337 с. (Электронный ресурс). Режим доступа: URL: <https://biblio-online.ru/viewer/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D#page/1>
4. Ильяхов М. Ясно, понятно: как доносить мысли и убеждать людей с помощью слов : Практическое пособие. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2021. - 448 с.. URL:

<http://znanium.com/catalog/document?id=387192>. URL:

<https://znanium.com/cover/1841/1841910.jpg>

5. Иссерс О.С. Речевое воздействие: учеб. пособие / О.С. Иссерс. – М.: Флинта, 2016. – 224 с. (Электронный ресурс). Режим доступа: URL: <https://e.lanbook.com/book/85890>
6. Кузнецов И. Риторика: Учебное пособие / Белорусский государственный университет. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 558 с. (есть в НБ)
Мухаев Р. Медиаполитика: Учебник / Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 401 с. (есть в НБ)
7. Непряхин Н. Анатомия заблуждений. Большая книга по критическому мышлению, 2020 (аудио версия книги) URL: https://archive.org/details/07-31_202111
8. Эффективные коммуникации: учебно-практическое пособие / Н. В. Брит, А. Ю. Кузин, Е. Н. Скавинская, Ю. И. Штогринина ; Администрация Том. обл., Том. гос. ун-т. - Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2017. [Электронный ресурс]. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000584003>
9. Журнал «Пресс-служба». URL: <http://press-service.ru/>
10. Журнал «Связи с общественностью в государственных структурах». URL: <http://www.gospr.ru>

б) дополнительная литература:

1. Гавра Д.П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции // Петербургская школа PR и рекламы: от теории к практике. Вып. 1: Сб. статей / Отв. ред. А.Д. Кривоносов. – СПб.: Роза мира, 2003 г. – С. 28-47.
2. Беззубцев С. Слухи, которые работают на вас. – СПб., 2003.
3. Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. – СПб: Питер, 2003. – 426с.
4. Чумиков А.Н. Российско-украинское противостояние 2022 г.: конфликтологическая экспертиза. //Журналист. Социальные коммуникации, 2022, № 3 (47), С. 20-31.

в) ресурсы сети Интернет:

1. 1. Электронно-библиотечная система Национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
2. Российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.elibrary.ru
3. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.neicon.ru>
4. КиберЛенинка, научная электронная библиотека (OpenScience) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>
5. База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.corpmedia.ru/>
6. База данных Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru/node/5025>
7. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: <https://openedu.ru/course/>

8. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ramu.ru/ramu-program.php>
9. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pr-club.com/>
10. Информационно-справочные материалы российского специализированного журнала «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/terms/141/>

13. Перечень информационных технологий

- а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:
 - Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
 - публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

- б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Программу составили: И.В. Гужова, доцент кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ; Носова Снежана Сергеевна, старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций НИ ТГУ