

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

Очная

Квалификация

Бакалавр

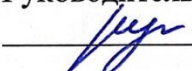
Год приема

2022

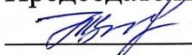
Код дисциплины в учебном плане: **Б1.В.11**

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 Паблицер", 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. Медиapolитика: 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](https://archive.org/details/07-31_202111)
8. Эффективные коммуникации: учебно-практическое пособие / Н. В. Брит, А. Ю. Кузин, Е. Н. Скавинская, Ю. И. Штогринa ; 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](http://www.elibrary.ru)
3. Архив научных журналов НЭИКОH [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