

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и бизнесе

Рабочая программа дисциплины
АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования по направлению подготовки

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки - **Реклама и связи с общественностью**

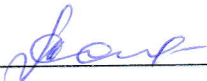
Квалификация:

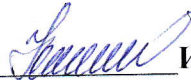
Бакалавр

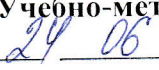
Форма обучения

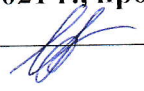
Очная

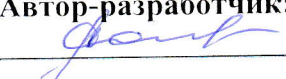
Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с общественностью»

 **Фейлинг Т.Б.**

Утверждаю
Председатель УМС  **И.И. Палкин**

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
 24.06.2021 г., протокол № 9

Рассмотрена и утверждена на заседании
кафедры 14.04.2021 г., протокол № 10
Зав. кафедрой  **Фирова И.П.**

Автор-разработчик:
 **Фейлинг Т.Б.**

Санкт-Петербург, 2021

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области управления коммуникациями и коммуникационными стратегиями в условиях кризисов организаций, государственных структур и репутации публичных личностей.

Основные задачи дисциплины

– познакомить студентов с теоретическими и методологическими основами моделирования антикризисных коммуникационных кампаний и мероприятий в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности;

– сформировать практические навыки применения различных инструментов кризисного PR и эффективных коммуникационных мероприятий направленных на предотвращение кризиса и потери репутации различных организаций, а также минимизацию репутационного ущерба публичных личностей.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Антикризисные коммуникации» относится к части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений, обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина изучается студентами в 7 семестре, объем дисциплины - 144ак. часа, 4з.е.

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин:

«Информационная безопасность и защита информации», «Основы правовых знаний в рекламе и связях с общественностью», «Реклама в коммуникационном процессе», «Интегрированные коммуникации», «Теория и практика связей с общественностью», «Социальная психология в рекламной и PR деятельности», «PR-проектирование», а также «Профессионально - творческая практика».

Знания, полученные при изучении дисциплины «Антикризисные коммуникации» используются в дальнейшем при прохождении Преддипломной практики, а также в подготовке ВКР.

Основными видами занятий при изучении дисциплины являются лекции и практические занятия. На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы, имеющие концептуальное и методологическое значение в решении задач подготовки специалистов данного профиля.

На практических занятиях отрабатываются ключевые практические вопросы, формируются необходимые умения и навыки.

3. Перечень планируемых результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-2 (ПК-2.1; ПК-2.3)

Таблица профессиональных компетенций

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения
ПК-2. Способен разрабатывать коммуникационные программы, в том числе, антикризисные	ПК-2.1 Применяет знания о наиболее целесообразных и эффективных способах планирования маркетинговых коммуникаций	Знать особенности планирования антикризисных коммуникаций Уметь достигать синергетического эффекта при планировании антикризисных коммуникаций Владеть эффективными способами планирования антикризисных коммуникаций
	ПК-2.3. Осуществляет мониторинг и актуализацию стратегических и антикризисных коммуникаций компании	Знать особенности осуществления мониторинга и контроля коммуникационной деятельности компании Уметь осуществлять актуализацию коммуникационной деятельности компании Владеть навыками оценки эффективности коммуникационной деятельности компании

4. Структура и содержание дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 144 ак. часов, 3 зачетные единицы

4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий

Объём дисциплины	Всего часов
	Очная форма обучения
Общая трудоёмкость дисциплины 08	144
Контактная работа обучающихся с преподавателями (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	56
в том числе:	
лекции	28
практические занятия	28
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	88
в том числе:	
курсовая работа	-

контрольная работа	-
Вид промежуточной аттестации	экзамен

4.2. Структура дисциплины

Раздел и тема дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции	Индикаторы достижений
		Лекции	Семинар Практич.	Самост. работа			
Тема 1. Кризисы и кризисные ситуации	7	2	2	6	Обсуждение актуальных вопросов темы, доклады	ПК-2	ПК-2.1
Тема 2. Антикризисное управление	7	2	2	6	Обсуждение актуальных вопросов темы, задания	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.3
Тема 3. Преодоление кризиса	7	2	2	6	Дискуссия, обсуждения, разбор кейсов	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.3
Тема 4. Кризис репутации: сущность, причины, последствия	7	2	2	6	Дискуссия, обсуждения, разбор кейсов	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.3
Тема 5. Антикризисные коммуникации и кризисный PR	7	2	2	8	Обсуждение актуальных вопросов темы. Доклады	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.3
Тема 6. Технологии и инструменты кризисного PR	7	2	2	8	Дискуссия, обсуждения, разбор кейсов	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.3
Тема 7. Стратегии антикризисного PR	7	2	2	6	Обсуждение актуальных вопросов темы, разбор кейсов	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.3
Тема 8. Ресурсы антикризисной PR кампании.	7	2	2	6	Обсуждение актуальных вопросов темы, задания	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.3
Тема 9. Взаимодействие с различными целевыми аудиториями в	7	2	2	6	Обсуждение актуальных вопросов темы, задания	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.3

кризисной ситуации							
Тема 10. Роль новых медиа в кризисных ситуациях	7	2	2	6	Дискуссия, обсуждения, разбор кейсов	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.3
Тема 11. Использование инструментов краудсорсинга в урегулировании кризиса	7	2	2	6	Обсуждение актуальных вопросов темы, задания	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.3
Тема 12. Черный PR: понятие, технологии	7	2	2	6	Дискуссия, обсуждения, разбор кейсов	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.3
Тема 13. Антикризисные коммуникации в условиях информационной войны	7	2	2	6	Обсуждение актуальных вопросов темы, задания	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.3
Тема 14. Государственный (страновой) PR и кризисы	7	2	2	6	Дискуссия, обсуждения, разбор кейсов	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.3
ИТОГО		28	28	88	зачет		

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Кризисы и кризисные ситуации

Кризисы как социальное явление. Научные концепции экономических циклов и кризисов. Понятие кризиса. Функции кризиса. Типология кризисов и их специфика. «Жизненный цикл» кризиса, его причины и последствия для организации. Признаки кризиса: распознавание и преодоление.

Тема 2. Антикризисное управление

Необходимость и возможность антикризисного управления. Особенность антикризисного управления. Способы выхода из кризиса. Ранняя диагностика кризисных явлений в финансовой деятельности предприятия. Оперативное реагирование на кризисные явления. Реализация внутренних возможностей организации для выхода из кризисного состояния. Технологии антикризисного управления. Факторы эффективности антикризисного управления. Механизм управления в кризисной ситуации.

Тема 3. Преодоление кризиса

Предвидение кризисов. Распознавания симптомов наступления кризиса. Этапы диагностики кризиса. Оценка взаимосвязи проблем, создающих кризисную ситуацию. Система организационных показателей. Методики анализа кризисных ситуаций. Наличие специалистов в области антикризисного управления. Профессионализм управления.

Тема 4. Кризис репутации: сущность, причины, последствия

Кризис репутации: определения, причины, последствия. Роль репутации организации, лояльности сотрудников и клиентов в развитии кризисной ситуации. Роль информационно-коммуникационной составляющей в развитии кризисов. Восстановление репутации и доверия после кризиса. Распределение ролей в кризисе.

Тема 5. Антикризисные коммуникации и кризисный PR

Антикризисные коммуникации: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования. Основное содержание понятия «Кризисный PR». Основные функции, задачи. Правила и принципы управления коммуникациями в кризисной ситуации. Антикризисные коммуникации и кризисный PR на этапах «жизненного цикла» кризиса. Особенности коммуникаций на предкризисном, кризисном и посткризисном этапах. Особенности инструктирующих, психокорректирующих и репутационных коммуникаций в период кризиса. Факторы и условия, влияющие на эффективность кризисного PR. Антикризисные стратегии - основные приемы, распространенные ошибки. Симметричный и ассиметричный ответ. Стратегии и тактики эффективных коммуникаций на этапе восстановления после кризиса.

Тема 6. Технологии и инструменты кризисного PR: зарубежная и российская практика

Разработка антикризисной программы. Взаимодействие с различными целевыми аудиториями в кризисной ситуации. Руководство по кризисным ситуациям, структура, ключевые понятия, правила формирования пакета антикризисной документации. Работа со СМИ в условиях кризиса: стратегии, алгоритмы, инструменты, подготовка материалов. Специфика взаимодействия со СМИ и активистами блогосферы. Пошаговые алгоритмы по подготовке выступления для прессы и по разрешению конкретных проблемных ситуаций при взаимодействии с журналистами. Заготовки для пресс-релиза, бэкграундера и других материалов для СМИ. Подготовка спикера от организации. План антикризисных коммуникаций.

Тема 7. Выбор стратегии антикризисного PR.

Условия создания эффективных сообщений для целевых аудиторий. Нормативность антикризисных коммуникаций. Основные стратегические методы: отрицание, уменьшение, восстановление. Стратегия устранения. Стратегия позитивной компенсации. Стратегия упреждающей атаки. Стратегия отвлекающего маневра. Ситуационная теория антикризисных коммуникаций(СТАК).Теория Т. Кумбса и Ш. Холлэдэй. Методы антикризисного реагирования, представленные моделью СТАК.

Тема 8. Ресурсы антикризисной PR кампании

Время как ключевой ресурс кризисной ситуации. Ресурсы антикризисной PR кампании: деньги, интеллект, связи со СМИ, актуальная информация. Контроль информации. Блокирование потока негативной информации. Устранение источника информации. Устранение канала связи для источника негативной информации. Устранение материальных носителей негативной информации.

Тема 9. Взаимодействие с различными целевыми аудиториями в кризисной ситуации.

Внешние и внутренние аудитории в период кризисной ситуации. Вовлечение в управление кризисной ситуацией персонала организации. Деструктивные факторы: рост масштабов распространения дезинформации, скандалов и провокаций, эскалация конфликтов и социального недовольства, возможности для массового бойкота товаров и других протестных акций. СМИ как проводники "горячих новостей". Стратегия взаимодействия со СМИ. Конструктивные факторы: роль гражданской журналистики (этически ответственного блоггинга. Работа организации с социальными медиа в кризисной ситуации.

Тема 10. Роль новых медиа в кризисных ситуациях

Понятие «New media». Новые медиаформаты. Ключевые принципы формирования и распространения нового медиаконтента. Роль новых медиа в развитии кризисов. Преимущества новых медиа: массовость, доступность, высокая информативность, актуальность, узнаваемость. Интернет, как медиаплатформа. Ключевые принципы формирования и распространения нового медиаконтента. Новостные сайты. Целевые аудитории новых СМИ. Распространение информации по социальным сетям. Управление коммуникационными потоками в интернете. Социальные сети как «простая» коммуникационная модель.

Тема 11.Использование инструментов краудсорсинга в урегулировании кризиса.

Понятие «Краудсорсинг». Пользователи как обладатели ресурсов. Виды ресурсов. Проблемы достоверности и точности данных в краудсорсинге. Платформа «Ушахиди» и проект «Карты помощи». Краудсорсинговые проекты в России. Краудсорсинг в урегулировании природных катастроф. Воздействие на кризис сетевой общественности в online среде.

Тема 12. Черный PR: понятие, технологии, примеры

Понятие и ключевые особенности «черного» PR. Влияние «черного» PR на репутацию компании. Технологии «черного» PR. Методы противодействия информационным атакам и «черным» PR-технологиям. Принципы работы в ситуации кризиса, спровоцированного атаками конкурентов и методы защиты. Типовые ошибки при реализации кампаний. «Черный» PR в политике. Разбор конкретных кейсов в рамках практического занятия.

Тема 13. Антикризисные коммуникации в условиях информационной войны

Информационное противоборство: субъекты, объекты, цели, средства. Регулирование социально-информационной опасности: концепции противодействия и управления. Интенсивное информационное воздействие и манипулирование массовым сознанием. Коммуникативные правила ведения PR-войны. Понятие коммуникативного резонанса. Война имиджей. Модель переноса экономической нестабильности в политическую. Составляющие модели информационной войны. Коммуникативные правила ведения PR-войны.

Тема 14. Государственный (страновой) PR и кризисы

Роль имиджа государства в системе межгосударственных отношений. Построение и развитие имиджа государства. Публичная дипломатия. Работа с экспертными центрами. Крупнейшие игроки рынка странового PR. Лучшие кампании и самые громкие провалы в области построения государственного имиджа. «Грязные» политические технологии, «друзья» и «враги» на политической авансцене. Роль антикризисных коммуникаций в управлении имиджем страны. Отличия антикризисного PR в государственных и бизнес - структурах.

4.4. Семинарские, практические, занятия, их содержание

№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий	Всего часов	
Тема 1. Кризисы и кризисные ситуации	Научные концепции экономических циклов и кризисов. Последствия кризисов (разбор примеров).	2	

Тема 2. Антикризисное управление	Принципы антикризисного управления. Анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки.	2	
Тема 3. Преодоление кризиса	Практика преодоления кризисов: зарубежная и российская практика.	2	
Тема 4. Кризис репутации: сущность, причины, последствия	Анализ кейсов зарубежных и российских компаний.	2	
Тема 5. Антикризисные коммуникации и кризисный PR	Задачи коммуникаций на предкризисном, кризисном и посткризисном этапах. Разбор ситуаций	2	
Тема 6. Технологии и инструменты кризисного PR	Технологии антикризисного управления в брендинге: зарубежная и российская практика	2	
Тема 7. Стратегии антикризисного PR	Антикризисные стратегии. Теория Т. Кумбса и Ш. Холлэдэй Персональный имидж и PR-деятельность в кризисных ситуациях: эффективные инструменты и лучшие кейсы	2	
Тема 8. Ресурсы антикризисной PR кампании.	Особенности разработки антикризисных мероприятий в условиях недостатка ресурсов	2	
Тема 9. Взаимодействие с различными целевыми аудиториями в кризисной ситуации	Сравнение принципов работы с журналистами и блогерами, определение наиболее релевантных и эффективных инструментов.	2	
Тема 10. Роль новых медиа в кризисных ситуациях	Роль СМИ в кризисной ситуации. Лидеры общественного мнения и выстраивание системы взаимодействия с ними.	2	
Тема 11. Использование инструментов краудсорсинга в урегулировании кризиса	Краудсорсинговые проекты в России и за рубежом, их роль в кризисных ситуациях	2	
Тема 12. Черный PR: понятие, технологии	Стрессоустойчивость и стресс-сёрфинг в кризисной ситуации. Кризисный PR в управлении репутацией компании / публичной личности: практический аспект.	2	
Тема 13. Антикризисные коммуникации в условиях информационной войны	Технологии манипуляции массовым сознанием. Войны брендов разбор кейсов.	2	
Тема 14. Государственный (страновой) PR и кризисы	Пресс- служба в органах государственной власти и ее роль в кризисных ситуациях. Анализ ситуаций.	2	
Итого		28	

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для эффективного освоения курса дисциплины и сформированности заявленных компетенций темы дисциплины сопровождаются методическими материалами (методические указания по самостоятельной работе, практикум, др. учебные и методические материалы), которые размещены в moodle и в электронном виде на кафедре ИТУвГСБ.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Учет успеваемости обучающегося по дисциплине осуществляется по 100-балльной шкале:

максимальное количество баллов по дисциплине за один семестр – 100;

максимальное количество баллов за выполнение всех видов текущего контроля - 70;

максимальное количество баллов за посещение лекционных занятий - 10;

максимальное количество баллов за прохождение промежуточной аттестации - 20;

максимальное количество дополнительных баллов – 10.

6.1. Текущий контроль

Типовые задания, методика выполнения и критерии оценивания текущего контроля по разделам дисциплины представлены в Фонде оценочных средств по данной дисциплине. Фонды оценочных средств входят в состав РПД на правах отдельного документа.

6.2. Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации по дисциплине: экзамен - устный опрос по билетам

Планируемые результаты обучения:

формирование компетенций: ПК-2.

Перечень вопросов к аттестации:

ПК-2.1

1. Понятие и функции кризиса
2. Типология кризисов и их специфика
3. «Жизненный цикл» кризиса, его причины и последствия для организации
4. Признаки кризиса: распознавание и преодоление

ПК-2.1, ПК-2.3

5. Особенность антикризисного управления.
6. Способы выхода из кризиса
7. Адекватное реагирование на кризисные явления
8. Технологии антикризисного управления.
9. Факторы эффективности антикризисного управления
10. Механизм управления в кризисной ситуации.
11. Предвидение кризисов.
12. Распознавания симптомов наступления кризиса.
13. Этапы диагностики кризиса.
14. Оценка взаимосвязи проблем, создающих кризисную ситуацию.
15. Кризис репутации: определения, причины, последствия.
16. Роль информационно-коммуникационной составляющей в развитии кризисов.
17. Восстановление репутации и доверия после кризиса.
18. Антикризисные коммуникации: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования.
19. Основное содержание, функции, задачи понятия «кризисный PR».
20. Правила и принципы управления коммуникациями в кризисной ситуации.
21. Антикризисные коммуникации и кризисный PR на этапах «жизненного цикла» кризиса.
22. Стратегии и тактики эффективных коммуникаций на этапе восстановления после кризиса.
23. Взаимодействие с различными целевыми аудиториями в кризисной ситуации.
24. Руководство по кризисным ситуациям, структура, ключевые понятия, правила формирования пакета антикризисной документации.
25. Работа со СМИ в условиях кризиса: стратегии, алгоритмы, инструменты, подготовка материалов.
26. Специфика взаимодействия со СМИ и активистами блогосферы.
27. Разработка антикризисной программы.
28. Нормативность антикризисных коммуникаций.
29. Основные стратегические методы: отрицание, уменьшение, восстановление.
30. Стратегия отвлекающего маневра.
31. Ситуационная теория антикризисных коммуникации (СТАК).
32. Теория Т. Кумбса и Ш. Холлэдэй.
33. Методы антикризисного реагирования, представленные моделью СТАК.
34. Ресурсы антикризисной PR кампании.
35. Контроль информации. Блокирование потока негативной информации.
36. Стратегия взаимодействия со СМИ в период кризиса.
37. Принципы формирования и распространения нового медиаконтента.

38. Роль новых медиа в развитии кризисов.
39. Преимущества новых медиа: массовость, доступность, высокая информативность, актуальность, узнаваемость.
40. Ключевые принципы формирования и распространения нового медиаконтента. Новостные сайты.
41. Целевые аудитории новых СМИ. Распространение информации по социальным сетям (на примере).
42. Управление коммуникационными потоками в интернете.
43. Социальные сети как «простая» коммуникационная модель (на примере).
44. Воздействие на кризис сетевой общественности в online среде.
45. Методы противодействия информационным атакам и «черным» PR-технологиям (на примере).
46. Коммуникативные правила ведения PR-войны.
47. Составляющие модели информационной войны.
48. Коммуникативные правила ведения PR-войны.
49. Роль имиджа государства в системе межгосударственных отношений.
50. Публичная дипломатия.

6.3. Балльно-рейтинговая система оценивания

Распределение баллов по видам учебной работы

Вид учебной работы, за которую ставятся баллы	Баллы
Посещение лекционных занятий	10
Практические задания	60
Доклады	10
Промежуточная аттестация	20
ИТОГО	100

Распределение дополнительных баллов

Дополнительные баллы (баллы, которые могут быть добавлены до 100)	Баллы
Участие в конференции	10
ИТОГО	10

Минимальное количество баллов для допуска до промежуточной аттестации составляет 40 баллов при условии выполнения всех видов текущего контроля.

Балльная шкала итоговой оценки на экзамене

Оценка	Баллы
<i>Отлично</i>	<i>80 -100</i>
<i>Хорошо</i>	<i>65-79</i>
<i>Удовлетворительно</i>	<i>40-64</i>
<i>Неудовлетворительно</i>	<i>0-39</i>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации ко всем видам аудиторных занятий, а также методические рекомендации по организации самостоятельной работы, в том числе по подготовке к текущему контролю и промежуточной аттестации представлены в Методических рекомендациях для обучающихся по освоению дисциплины «Антикризисные коммуникации».

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

1. Антикризисное управление: Учебник / Государственный Университет Управления; Под ред. Э.М. Короткова. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 620 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-002459-2 В доступе: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=131231>

2. Чумиков, А.Н. Антикризисные коммуникации : учеб.пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — Москва :Аспект Пресс, 2013. — 172 с. — (Современные технологии PR. Мастер-класс). - ISBN 978-5-7567-0716-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039470>

3. Гундарин, М. В. Книга руководителя отдела PR : практическое руководство / М. В. Гундарин. - 2-е изд., дополн. - Санкт-Петербург : Питер, 2009. - 336 с. - (Серия «Совет директоров»). - ISBN 978-5-388-00350-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1816051>

б) Дополнительная литература:

1. Фейлинг, Т.Б. Антикризисное управление. Курс лекций: уч. пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» [Текст] – СПб.: РГГМУ, 2016. — 134 с.

2. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. Теория и практика : учебник для вузов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; МГУ им. М.В. Ломоносова. - 6-е изд. - М. : Дело, 2010.

3. Солопов, Д. А. 10 заповедей коммуникационной войны: как победить СМИ, Instagram и Facebook / Д. Солопов, К. Гладкова. — Москва : Интеллектуальная Литература, 2020. - 216 с. - ISBN 978-5-907274-67-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1220187>

Программное обеспечение:

1. windows 7 48130165 21.02.2011
- office 2010 49671955 01.02.2012

windows 7 61031016; Office 2007 лиц 42048251

Интернет-ресурсы

1. «Агентство социальной информации»:
<https://www.asi.org.ru/news/2018/10/31/nko-krizis>
2. Научно-практический журнал: Корпоративная имиджелогия: <http://www.cjournal.ru/article/595/sokhranit-klientov>
3. «Агентство массовых коммуникаций» (www.mca.ru).
4. «ПРОСТОР: PR & Консалтинг» (www.msk-pr.ru).

Перечень информационных справочных систем

1. <http://www.consultant.ru/> - КонсультантПлюс
2. <http://www.garant.ru/> - Гарант

Перечень профессиональных баз данных

1. Электронно-библиотечная система elibrary;
2. База данных Web of Science
3. База данных Scopus

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ. Последняя редакция от 09.03.2021
3. Федеральный закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 26.07.2006 № 135-ФЗ.
3. Федеральный закон РФ «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ (Редакция от 30.04.2021).
4. Цифровые правовые справочные системы: Консультант плюс, Гарант, «Законодательство России», др.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук),

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

11. Возможность применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Дисциплина может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.