

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Методические указания**  
по выполнению практических занятий  
по дисциплине «УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ И АНТИКРИЗИСНЫЕ  
КОММУНИКАЦИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ»  
для студентов специальности 10.05.01 Компьютерная безопасность  
специализация «Информационно-аналитическая и техническая экспертиза  
компьютерных систем»

Ставрополь, 2026

## Введение

Методические указания к практическим занятиям студентов по дисциплине **«Управление репутацией и антикризисные коммуникации в цифровой среде»** разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по специальности 10.05.01 Компьютерная безопасность.

Целью изучения дисциплины «Управление репутацией и антикризисные коммуникации в цифровой среде» является формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Образовательные задачи курса:

- формирование блока прикладных знаний в сфере социальных сетей, истории и специфики их развития, их влияния на социально-общественные связи; сущности и значения информации в развитии современного информационного общества и взаимосвязи с личной, профессиональной и корпоративной репутацией; основных методов и приемов продвижения информации в социальных сетях; правовых и этических норм регулирования деятельности в сети Интернет;

- умение распознавать опасности и угрозы, возникающие в процессе информационно-коммуникационного взаимодействия в социальных сетях; определять оптимальную социальную сеть для наиболее эффективной коммуникации с целевой аудиторией; использовать инструменты социальных сетей для достижения коммуникативных целей и анализа результата; работать с конфликтами в социальных сетях и минимизировать репутационные риски как личные, так и угрожающие корпоративной репутации;

- получение навыков разработки и реализации SMM-стратегии; навыков оценки эффективности реализации SMM-стратегии, необходимой для выстраивания позитивной цифровой репутации; навык создания и запуска информационных кампаний в социальных сетях и отслеживания их эффективности, необходимых для выстраивания диалога в социальных сетях; навык управления информационными конфликтами, следуя общечеловеческим гуманистическим принципам, кодексу профессиональной этики и социальной ответственности.

Формой итогового контроля знаний студентов является зачет, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения практических задач.

Курс рассчитан на один семестр и включает лекции (12 часов), практические занятия (24 часов). Отчетность: зачет.

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

Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений – УК-2.

ИД-1 УК-2 формулирует цель проекта, определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение, и определяет ожидаемые результаты решения задач;

ИД-2 УК-2 разрабатывает план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.

ИД-3 УК-2 обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде – УК -3.

ИД-1 УК-3. Использует основные положения теории командной работы; условия эффективной командной работы; способы и приемы установления взаимоотношений и коммуникации в рамках командного взаимодействия

ИД-2 УК-3. Эффективно взаимодействует с членами команды, соблюдая нормативно-правовые и этические нормы взаимодействия; планирует работу команды, делегируя и распределяя технические задания и поручения, формируя командную стратегию достижения поставленной цели

ИД-3 УК-3. Применяет приемы организации и руководства команды при реализации совместно выработанной командной стратегии достижения поставленной цели.

## ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

### Практическое занятие № 1

#### Тема: Понятие деловой репутации

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

#### Формируемая компетенция: УК-2, УК-3

**Актуальность темы:** деловая репутация организации представляет собой оценку ее работы со стороны общественности. Это мнение посторонних лиц (клиентов, партнеров, целевой аудитории и т.д.).

#### Вопросы и задания:

1. Понятие деловой репутации в российской деловой практике.
2. Какие факторы влияют на деловую репутацию.
3. Какие виды деловой репутации выделяют специалисты.
4. Что такое гудвилл, как его рассчитать.

#### Теоретическая часть:

Определение термина отражено в законодательстве РФ, а именно в статье 150 ГК РФ, где сказано, что деловая репутация – это «неимущественное право», которым пользуется организация со дня ее открытия. С точки зрения права, это понятие связано с другими близкими по значению: авторское право, ноу-хау, торговые марки и т.д.

#### Список литературы:

Перечень основной литературы:

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,

необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## **Практическое занятие № 2**

### **Тема: Понятие цифровой репутации**

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

**Формируемая компетенция: УК-2, УК-3**

#### **Актуальность темы:**

Цифровая репутация - это негативная или позитивная информация в сети «Интернет» о пользователе. Компрометирующая информация, размещенная в интернете, может серьезным образом отразиться на реальной жизни, в частности к такой информации можно отнести место жительства, учебы, финансовое положение, особенности характера и рассказы о близких - все это накапливается в сети.

#### **Вопросы и задания:**

1. Понятие цифровой репутации.
2. Правила цифровой репутации.
3. «Социалномика» и «Digital-революция».
4. Digital-кредо.

#### **Теоретическая часть:**

Приватности больше нет. В наши дни понятие о неприкосновенности частной жизни теряет актуальность. Запятнать репутацию можно в один миг.

Повсеместное распространение мобильных технологий и социальных сетей привело к тому, что мы должны жить так, словно наши мама, босс, тренер и враги наблюдают за нами. Потому что так оно и есть. Идет ли речь о личной жизни или о карьере, ваша репутация в интернете сегодня определяет и вашу репутацию вне его. И возрастающую «прозрачность» современного мира важно использовать себе на пользу.

#### **Список литературы:**

#### Перечень основной литературы:

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

#### Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

#### Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

#### Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

### Практическое занятие № 3

#### Тема: Параметры деловой репутации

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

#### Формируемая компетенция: УК-2, УК-3

**Актуальность темы:**

Рассматривается значение деловой репутации как главного стратегического актива организации, приводятся количественные и качественные способы ее оценки, наглядно показаны механизмы увеличения акционерной стоимости бизнеса за счет позитивной деловой репутации. Тем самым деловая репутация превращается в весомый капитал.

**Вопросы и задания:**

1. престиж и авторитет компании;
2. известность компании;
3. обширная база лояльных клиентов;
4. проверенная сеть поставщиков и деловых партнеров;
5. местонахождение;
6. номенклатура производимой продукции;
7. узнаваемость торговой марки;
8. отработанные каналы сбыта продукции.
9. Компоненты репутации: финансовые, рыночные, корпоративные, социальные.

**Теоретическая часть:**

В условиях рыночной конкуренции авторитет является основой репутации как отдельной личности, так и социальных групп или организаций, которые обладают реальной властью, поскольку способны влиять на решения и действия других. Степень этой власти зависит от того, насколько авторитетна данная личность, группа или организация в решении тех или иных задач, лежащих в сфере их компетенции. Особенно важна роль репутации в ситуациях неопределенности. Когда участники рынка не знают, как им поступить, они наделяют большими прерогативами власти тех, кто имеет устойчивую позитивную репутацию и авторитет в области неясных вопросов и методов дальнейших действий.

**Список литературы:**

Перечень основной литературы:

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,

необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

#### **Практическое занятие № 4**

##### **Тема: Создание информационной основы репутации**

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

##### **Формируемая компетенция: УК-2, УК-3**

##### **Актуальность темы:**

Репутационный аудит позволяет сделать срез общественного мнения о компании в определенный период времени, это своего рода фотография репутационного профиля организации. Однако одноразового замера уровня репутации явно недостаточно, важно оценивать репутационные активы организации в регулярном режиме. Это обусловлено тем, что современная компания может быть успешной и конкурентоспособной только в том случае, если она изо дня в день занимается управлением своей репутации, т.е. осуществляет отбор, структурирование и целенаправленное использование информации о компании, формируя тем самым вокруг нее благоприятное информационное пространство.

##### **Вопросы и задания:**

1. Репутационный аудит.
2. Управление репутацией.
3. Регулярный мониторинг СМИ/СМК.

##### **Теоретическая часть:**

Грамотно выстроенные коммуникации между компанией и обществом — это главный ресурс повышения стоимости бизнеса, который ничем другим заменить невозможно. Такие задачи решаются с помощью современных информационных технологий, арсенал которых невероятно расширился и усложнился. Управление репутацией — это управление информационным пространством, сложившимся вокруг организации



## **Список литературы:**

Перечень основной литературы:

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## **Практическое занятие № 5**

### **Тема: Технология проведения репутационного аудита (часть 1)**

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения,

переработки информации.

**Формируемая компетенция: УК-2, УК-3**

**Актуальность темы:**

Исследование, которое проводится в организации не менее одного раза в полугодие в целях изучения слабых и сильных сторон компании и маркетинговой коммуникации.

**Вопросы и задания:**

1. Репутационный аудит: цели и задачи
2. Почему не стоит игнорировать репутационный аудит?

**Теоретическая часть:**

По статистике 80% потребителей предварительно знакомятся с отзывами в мировой паутине на продукт, который им нужен. 50-70% покупателей откажутся от товара или услуги, если прочитают пару-другую критических откликов о них. Чем это опасно для Вас? Тем, что Ваши продажи упадут, дела компании пошатнутся, а конкуренты обойдут Вас в рыночной гонке. Незавидная перспектива? Во избежание печальной участи стать аутсайдером и погубить бизнес проведите-ка у себя на предприятии репутационный аудит.

**Список литературы:**

Перечень основной литературы:

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о

рекламе).

5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## Практическое занятие № 6

### Тема: Технология проведения репутационного аудита (часть 2)

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

#### Формируемая компетенция: УК-2, УК-3

#### Актуальность темы:

Исследование, которое проводится в организации не менее одного раза в полугодие в целях изучения слабых и сильных сторон компании и маркетинговой коммуникации.

#### Вопросы и задания:

1. Методы проведения аудита репутации в интернете
2. Инструменты для проведения аудита репутации в интернете

#### Теоретическая часть:

По статистике 80% потребителей предварительно знакомятся с отзывами в мировой паутине на продукт, который им нужен. 50-70% покупателей откажутся от товара или услуги, если прочитают пару-другую критических откликов о них. Чем это опасно для Вас? Тем, что Ваши продажи упадут, дела компании пошатнутся, а конкуренты обойдут Вас в рыночной гонке. Незавидная перспектива? Во избежание печальной участи стать аутсайдером и погубить бизнес проведите-ка у себя на предприятии репутационный аудит.

#### Список литературы:

Перечень основной литературы:

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.

6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.

7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.

8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.

10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## **Практическое занятие № 7**

### **Тема: Технологии управления деловой репутацией компании (часть 1)**

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

**Формируемая компетенция: УК-2, УК-3**

#### **Актуальность темы:**

Любая динамично развивающаяся компания нуждается в притоке инвестиций, поэтому повышение ее инвестиционной привлекательности — одна из важнейших стратегических задач. Реализацией таких задач занимается специальное направление PR — Investor Relations (связи с инвесторами). По сути дела, IR-специалисты тоже занимаются управлением репутации компании, при этом их основная целевая аудитория инвестиционное сообщество, а конечная цель их деятельности — привлечение инвестиций для финансирования деятельности компании.

#### **Вопросы и задания:**

1. Понятие Investor Relations.
2. Кто такие IR-специалисты?

#### **Теоретическая часть:**

Public Relation — это управление коммуникациями организации со всеми ее целевыми

аудиториями с целью формирования благоприятного общественного мнения о компании и ее продукте. В то же время Investor Relations предполагают построение взаимовыгодных отношений с инвесторами, аналитиками и брокерами с целью повышения рыночной стоимости акций компании. Весь комплекс IR-инструментов направлен на своевременное, достоверное и полное информирование инвестиционного сообщества о ключевых фактах деятельности компании.

### **Список литературы:**

Перечень основной литературы:

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др.).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## Практическое занятие № 8

### Тема: Технологии управления деловой репутацией компании (часть 2)

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

**Формируемая компетенция: УК-2, УК-3**

#### Актуальность темы:

Любая динамично развивающаяся компания нуждается в притоке инвестиций, поэтому повышение ее инвестиционной привлекательности — одна из важнейших стратегических задач. Реализацией таких задач занимается специальное направление PR — Investor Relations (связи с инвесторами). По сути дела, IR-специалисты тоже занимаются управлением репутации компании, при этом их основная целевая аудитория инвестиционное сообщество, а конечная цель их деятельности — привлечение инвестиций для финансирования деятельности компании.

#### Вопросы и задания:

1. Понятие Public Relation.
2. Комплекс IR-инструментов

#### Теоретическая часть:

Public Relation — это управление коммуникациями организации со всеми ее целевыми аудиториями с целью формирования благоприятного общественного мнения о компании и ее продукте. В то же время Investor Relations предполагают построение взаимовыгодных отношений с инвесторами, аналитиками и брокерами с целью повышения рыночной стоимости акций компании. Весь комплекс IR-инструментов направлен на своевременное, достоверное и полное информирование инвестиционного сообщества о ключевых фактах деятельности компании.

#### Список литературы:

Перечень основной литературы:

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине



«Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.

6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.

7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.

8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.

10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## **Практическое занятие № 9**

### **Тема: Технологии управления деловой репутацией руководителя (часть 1)**

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

### **Формируемая компетенция: УК-2, УК-3**

.

### **Актуальность темы:**

Изучение технологий управления репутацией лидеров бизнеса имеет смысл начать с рассмотрения общественного мнения о предпринимателях, сложившегося в нашем обществе. Несмотря на то что наша страна живет в XXI в., в массовом сознании россиян до сих пор достаточно распространено представление о бизнесе как о средстве наживы, а бизнесмен воспринимается как далеко не однозначная фигура.

### **Вопросы и задания:**

1. Понятие Бизнесмен.
2. Понятие Предприниматель

### **Теоретическая часть:**

Эффективно управлять деловой репутацией руководителя невозможно без четкого понимания того, какое мнение о лидере уже сложилось. Только после этого появляется возможность определить основные направления коррекции. Решению данной задачи служат анализ информационного пространства, сложившийся вокруг первого лица компании, а также репутационный аудит.

## **Список литературы:**

Перечень основной литературы:

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## **Практическое занятие № 10**

### **Тема: Технологии управления деловой репутацией руководителя (часть 2)**

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения,



переработки информации.

**Формируемая компетенция: УК-2, УК-3**

**Актуальность темы:**

Изучение технологий управления репутацией лидеров бизнеса имеет смысл начать с рассмотрения общественного мнения о предпринимателях, сложившегося в нашем обществе. Несмотря на то что наша страна живет в XXI в., в массовом сознании россиян до сих пор достаточно распространено представление о бизнесе как о средстве наживы, а бизнесмен воспринимается как далеко не однозначная фигура.

**Вопросы и задания:**

1. Особенности коммуникационного аудита
2. Психологическая диагностика руководителя,

**Теоретическая часть:**

Эффективно управлять деловой репутацией руководителя невозможно без четкого понимания того, какое мнение о лидере уже сложилось. Только после этого появляется возможность определить основные направления коррекции. Решению данной задачи служат анализ информационного пространства, сложившийся вокруг первого лица компании, а также репутационный аудит.

**Список литературы:**

Перечень основной литературы:

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## **Практическое занятие № 11**

### **Тема: Менеджмент корпоративных медиа (часть 1)**

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

**Формируемая компетенция: УК-2, УК-3**

#### **Актуальность темы:**

Современное информационное общество диктует новые требования к инструментам и технологиям взаимодействия в глобальном коммуникационном пространстве. Корпоративные медиа играют в этом процессе немаловажную роль. Новые подходы к пониманию роли корпоративных медиа в бренд-журналистике, глобальный фокус корпоративных коммуникаций в целом позволяют реализовывать интегративный характер технологий взаимодействия с заинтересованными сторонами в развитии бренда компании в целом.

#### **Вопросы и задания:**

1. коммуникационное пространство,
2. корпоративные медиа.

#### **Теоретическая часть:**

Развитие современного информационного общества показывает влияние на многие аспекты жизни общества, бизнеса и образования. Значительные изменения происходят в сфере коммуникаций во всех сферах. Фокус изменений лежит как в принципах наполнения контента и контекста коммуникаций, так и в используемых инструментах и технологиях. Именно поэтому важным вопросом в корпоративных коммуникациях становятся технологии бренд-журналистики в развитии корпоративных медиа.

#### **Список литературы:**

Перечень основной литературы:

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

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.

6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.

7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.

8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.

10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## Практическое занятие № 12

**Тема: Корпоративные электронные ресурсы – понятие, функции и аудитория медиа (часть 2)**

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

**Формируемая компетенция: УК-2, УК-3**

**Актуальность темы:**

Развитие современного информационного общества оказывает влияние на многие аспекты жизни общества, бизнеса и образования. Значительные изменения происходят в сфере коммуникаций во всех сферах. Фокус изменений лежит как в принципах наполнения

контента и контекста коммуникаций, так и в используемых инструментах и технологиях. Именно поэтому важным вопросом в корпоративных коммуникациях становятся технологии бренд-журналистики в развитии корпоративных медиа.

#### **Вопросы и задания:**

1. необходимость стратегических, системных и комплексных подходов к организации коммуникации в целом;
2. необходимость работы с доступной информацией;
3. новые требования к точности и правдивости информации;
4. новые формы диалоговой коммуникации;
5. повышение значимости эмоциональной составляющей коммуникации.

#### **Теоретическая часть:**

Прежде всего нужно отметить, что само определение корпоративных медиа существенно изменилось за последнее время. Так, например, корпоративные СМИ могут пониматься как термин, который относится к системе производства, распределения, собственности и финансирования средств массовой информации, принадлежащих организации (корпорации).

#### **Список литературы:**

Перечень основной литературы:

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.

6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

### Практическое занятие № 13

#### **Тема: Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации**

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

#### **Формируемая компетенция: УК-2, УК-3**

#### **Актуальность темы:**

Управление рисками не может быть эффективным, если отсутствует понимание возможных источников кризиса. Именно поэтому главной профилактической мерой в предупреждении кризиса является подробный анализ видов возможных кризисов и источников их появления, поскольку каждая ситуация требует особых подходов и технологий в коммуникациях.

#### **Вопросы и задания:**

1. Внешние факторы.
2. Внутренние факторы.

#### **Теоретическая часть:**

Кризисная ситуация заставляет специалиста по репутационному менеджменту работать в напряженном режиме, поскольку ему необходимо участвовать в PRсопровождении всех решений и шагов компании по преодолению кризиса. Хорошо известна истина: правильно сообщить о возникших трудностях — значит наполовину решить проблему

#### **Список литературы:**

Перечень основной литературы:

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.

6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.

7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.

8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.

10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## Практическое занятие № 14

**Тема: Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации (часть 2)**

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

**Формируемая компетенция: УК-2, УК-3**

**Актуальность темы:**

Управление рисками не может быть эффективным, если отсутствует понимание возможных источников кризиса. Именно поэтому главной профилактической мерой в предупреждении кризиса является подробный анализ видов возможных кризисов и источников их появления, поскольку каждая ситуация требует особых подходов и технологий в коммуникациях.

**Вопросы и задания:**

1. Этапы построения эффективных каналов коммуникации.
2. Контроль ситуации.

**Теоретическая часть:**

Кризисная ситуация заставляет специалиста по репутационному менеджменту работать в напряженном режиме, поскольку ему необходимо участвовать в PRсопровождении всех решений и шагов компании по преодолению кризиса. Хорошо известна истина: правильно



сообщить о возникших трудностях — значит наполовину решить проблему

### **Список литературы:**

Перечень основной литературы:

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## **Практическое занятие № 15**

### **Тема: Менеджмент корпоративных медиа**

Цель: формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;

владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

**Формируемая компетенция: УК-2, УК-3**

**Актуальность темы:**

Современное информационное общество диктует новые требования к инструментам и технологиям взаимодействия в глобальном коммуникационном пространстве. Корпоративные медиа играют в этом процессе немаловажную роль. Новые подходы к пониманию роли корпоративных медиа в бренд-журналистике, глобальный фокус корпоративных коммуникаций в целом позволяют реализовывать интегративный характер технологий взаимодействия с заинтересованными сторонами в развитии бренда компании в целом.

**Вопросы и задания:**

1. корпоративные коммуникации
2. информационное общество,

**Теоретическая часть:**

Развитие современного информационного общества показывает влияние на многие аспекты жизни общества, бизнеса и образования. Значительные изменения происходят в сфере коммуникаций во всех сферах. Фокус изменений лежит как в принципах наполнения контента и контекста коммуникаций, так и в используемых инструментах и технологиях. Именно поэтому важным вопросом в корпоративных коммуникациях становятся технологии бренд-журналистики в развитии корпоративных медиа.

**Список литературы:**

Перечень основной литературы:

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.
2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).



2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

### **Практическое занятие № 16**

**Тема: Корпоративные электронные ресурсы – понятие, функции и аудитория медиа**

**Цель:** формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

**Формируемая компетенция: УК-2, УК-3**

#### **Актуальность темы:**

Современное информационное общество диктует новые требования к инструментам и технологиям взаимодействия в глобальном коммуникационном пространстве. Корпоративные медиа играют в этом процессе немаловажную роль. Новые подходы к пониманию роли корпоративных медиа в бренд-журналистике, глобальный фокус корпоративных коммуникаций в целом позволяют реализовывать интегративный характер технологий взаимодействия с заинтересованными сторонами в развитии бренда компании в целом.

#### **Вопросы и задания:**

1. Бренд-журналистика
2. Внутрикorporативные издания
3. Отраслевые издания.

#### **Теоретическая часть:**

Развитие современного информационного общества показывает влияние на многие аспекты жизни общества, бизнеса и образования. Значительные изменения происходят в сфере коммуникаций во всех сферах. Фокус изменений лежит как в принципах наполнения контента и контекста коммуникаций, так и в используемых инструментах и технологиях. Именно поэтому важным вопросом в корпоративных коммуникациях становятся технологии бренд-журналистики в развитии корпоративных медиа.

#### **Список литературы:**

Перечень основной литературы:

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

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>

2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.

6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.

7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.

8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.

10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ОРГАНИЗАЦИИ  
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ И АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ  
В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ»**

Ставрополь 2026

## 1. Введение

Методические указания к самостоятельным занятиям студентов по дисциплине **«Управление репутацией и антикризисные коммуникации в цифровой среде»** разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины для специальности 10.05.01 Компьютерная безопасность.

Целью изучения дисциплины «Управление репутацией и антикризисные коммуникации в цифровой среде» является формирование у слушателей способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации.

Образовательные задачи курса:

- формирование блока прикладных знаний в сфере социальных сетей, истории и специфики их развития, их влияния на социально-общественные связи; сущности и значения информации в развитии современного информационного общества и взаимосвязи с личной, профессиональной и корпоративной репутацией; основных методов и приемов продвижения информации в социальных сетях; правовых и этических норм регулирования деятельности в сети Интернет;

- умение распознавать опасности и угрозы, возникающие в процессе информационно-коммуникационного взаимодействия в социальных сетях; определять оптимальную социальную сеть для наиболее эффективной коммуникации с целевой аудиторией; использовать инструменты социальных сетей для достижения коммуникативных целей и анализа результата; работать с конфликтами в социальных сетях и минимизировать репутационные риски как личные, так и угрожающие корпоративной репутации;

- получение навыков разработки и реализации SMM-стратегии; навыков оценки эффективности реализации SMM-стратегии, необходимой для выстраивания позитивной цифровой репутации; навык создания и запуска информационных кампаний в социальных сетях и отслеживания их эффективности, необходимых для выстраивания диалога в социальных сетях; навык управления информационными конфликтами, следуя общечеловеческим гуманистическим принципам, кодексу профессиональной этики и социальной ответственности.

Формой итогового контроля знаний студентов является зачет, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения практических задач.

Курс рассчитан на один семестр и включает лекции (12 часов), практические занятия (24 часов). Отчетность: зачет.

## 2. Общая характеристика самостоятельной работы

На первом этапе необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, в которой рассмотрено содержание тем дисциплины лекционного курса, взаимосвязь тем лекций с лабораторными и практическими занятиями, темы и виды самостоятельной работы.

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

Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений – УК-2.

ИД-1 УК-2 формулирует цель проекта, определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение, и определяет ожидаемые результаты решения задач;

ИД-2 УК-2 разрабатывает план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.

ИД-3 УК-2 обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде – УК -3.

ИД-1 УК-3 – участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи;

ИД-2 УК-3 – обеспечивает работу команды для получения оптимальных результатов совместной работы, с учетом индивидуальных возможностей её членов, использования методологии достижения успеха, методов, информационных технологий и технологий форсайта;

ИД-3 УК-3 – обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения.

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения литературы по предложенным темам: научить работать с учебным материалом по дисциплине «Управление репутацией и антикризисные коммуникации в цифровой среде».

Задачи самостоятельной работы: систематизация и сопоставление полученных знаний; развитие познавательной деятельности.

Цель самостоятельной работы студентов в процессе составления презентаций к предложенным темам - сформировать умения выполнять различные вида работы. Задача - сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой составления презентаций при получении теоретических знаний.

Таким образом, самостоятельная работа приобщает к научному и исследовательскому творчеству, поиску и анализу требуемого материала.

### **3. План-график выполнения самостоятельной работы**

|    | <b>Наименование тем дисциплины, их краткое содержание; вид самостоятельной работы</b>                                                                                                                                                                                                                 | <b>Форма контроля</b>                            | <b>Зачетные единицы (часы)</b> |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------|
|    | <b>2 семестр</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                  |                                |
| 1. | Понятие деловой репутации                                                                                                                                                                                                                                                                             | Опрос, проверка результатов выполненного задания | 5                              |
| 2. | Что такое цифровая репутация<br>сущность и значение информации в развитии современного информационного общества и ее взаимосвязи с личной, профессиональной и корпоративной репутацией, опасности и угрозы, возникающие в процессе информационно-коммуникационного взаимодействия в социальных сетях. | Опрос, проверка результатов выполненного задания | 5                              |
| 3. | Целевая аудитория в сети<br>Формирование аудитории в цифровом измерении, ее возрастные, гендерные и иные характеристики, основные критерии эффективности коммуникации с группами целевой общественности в социальных сетях, активная целевая аудитория                                                | Опрос, проверка результатов выполненного задания | 5                              |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                  |          |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|----------|
|    | наиболее популярных социальных сетей, основные рекомендации по поиску и набору своей целевой аудитории.                                                                                                                                                                                                      |                                                  |          |
| 4. | Стратегия управления цифровой репутацией<br>Алгоритмы работы с цифровой репутацией, самопрезентация, мониторинг, работа с негативом, работа с позитивом, SERM, брендинг, понятия автоматического и ручного мониторинга, основные отличия между личной, профессиональной и корпоративной цифровой репутацией. | Опрос, проверка результатов выполненного задания | 7        |
| 5. | Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере<br>Нормативное регулирование деятельности госслужащих в Сети, ответственность за утаивание сведений об активности в Сети, рекомендации по поведению в Сети, правила поведения в Сети, включая личные страницы.                            | Опрос, проверка результатов выполненного задания | 6        |
| 6. | Технологии управления деловой репутацией компании                                                                                                                                                                                                                                                            | Опрос, проверка результатов выполненного задания | 5        |
| 7. | Управление конфликтами в социальных сетях<br>Содержание модуля: варианты снижения репутационных рисков, виды конфликтов в Сети, рекомендации для решения конфликтов в социальных сетях                                                                                                                       | Опрос, проверка результатов выполненного задания | 5        |
| 8. | Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации                                                                                                                                                                                                                                                   | Опрос, проверка результатов выполненного задания | 7        |
|    | Итого                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                  | 45 часов |

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента: конспектирование текста с последующим собеседованием и выполнение письменного задания.

#### **4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала**

Целью теоретической части является закрепление и углубление теоретических знаний, полученных слушателем в процессе прослушивания лекций, самостоятельного изучения материала согласно рабочей программе курса «Управление репутацией и антикризисные коммуникации в цифровой среде». Чтение основной и дополнительной литературы по курсу с конспектированием по разделам.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, полученного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация. При изучении нового материала также составляется конспект. Сжато излагается самое существенное в данном материале.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию методических указаний и учебных пособий, подбору необходимой научной литературы.

Конспектирование и реферирование первоисточника и научно-исследовательской литературы.

Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

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

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

Формы самостоятельной работы: – письменная (конспектирование), письменно-устная (написание конспектов с последующим выступлением на занятии); устная (работа с литературой, подготовка к сдаче экзамена); - индивидуальная (выступление), групповая (дискуссия). Методы контроля самостоятельной работы преподавателем: – оценка выступления, грамотное и последовательное раскрытие основных вопросов заданной темы; - оценка презентации, учитывающая умение выразить личную позицию автора по поставленной проблеме, излагать ее последовательно и логично, формулировать и обосновывать собственные суждения. Надлежащее выполнение студентами заданий для самостоятельной работы способствует формированию и развитию профессионально значимых знаний, навыков и компетенций

## **6. Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций**

Перечень основной литературы:

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

Перечень дополнительной литературы:

1. Маслова В. М. , Синяева И. М. , Синяев В. В. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502>
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015 [biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896)

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине



1. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

2. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Антикризисный PR и консалтинг». Ставрополь, 2023.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).

5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.

6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.

7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.

8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.

10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU