

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ
АВИАЦИИ»**

Кафедра философии и социальных коммуникаций

**РЕПУТАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**Учебно-методическое пособие
для студентов Гуманитарного факультета
Направление подготовки: «Реклама и связи с общественностью»**

**Санкт - Петербург
2017**

Одобрено и рекомендовано к изданию
Учебно-методическим советом Университета

Мисонжникова М.Б. **Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью:** учебно-методическое пособие [Текст] / М.Б. Мисонжникова – СПб.: Изд-во «КультИнформПресс», 2017. - 15 с.

Рецензенты: М.Н. Майор, кандидат философских наук, доцент
С.Я. Ягубова, кандидат философских наук, доцент

Учебно-методическое пособие издается в соответствии с программой курса «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью», ставит своей задачей оказание помощи студентам дневного обучения в организации их самостоятельной работы, а также содержит ряд требований, предъявляемых к студентам, изучающим дисциплину. Учебный процесс на дневном отделении включает лекции, практические занятия, подготовку докладов, консультации и сдачу экзамена.

Учебно-методическое пособие составлено в соответствии с государственным стандартом по дисциплине «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» и предназначено для студентов дневной формы обучения СПбГУ ГА.

© Мисонжникова М.Б. текст, 2017

© Изд-во «КультИнформПресс», 2017

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями дисциплины «Репутационные технологии в рекламе и связях с общественностью» являются: формирование у студентов теоретических **знаний** об основах репутационных технологий, тенденций современных антикризисных и репутационных технологий и особенностях их использования в практике PR-специалиста, а также приобретение **умений** и практических **навыков** принятия эффективных управленческих решений в целях предотвращения репутационных угроз.

Задачами освоения дисциплины являются:

- сформировать **знания** о понятийном аппарате данной дисциплины; получить представление о специфике проведения репутационных кампаний в бизнесе, государственных и муниципальных структурах;
- приобрести **умения** планирования репутационной программы, построения коммуникации в кризисных ситуациях;
- выработать **навыки** использования репутационных технологий в целях создания публичитного капитала организации.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной и рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности.

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие следующих компетенций:

- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- Способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные репутационные технологии и стратегии;
- особенности проведения репутационных кампаний в бизнесе, государственных и муниципальных структурах;

Уметь:

- планировать репутационную программу;
- обеспечивать PR-коммуникации в рамках кампаний по формированию репутации;

Владеть:

- навыками применения репутационных технологий, технологиями прогнозирования кризисов;
- навыками планирования и управления в сфере имиджевых PR-коммуникаций.

Обеспечение учебного процесса литературой осуществляется при посредстве учебников и учебных пособий:

а) основная литература:

- 1 Ольшевский, А.С. Антикризисный PR и консалтинг [Текст]. – СПб.: Питер, 2003. – 432 с. – ISBN 5-94723-314-2.
- 2 Кочеткова, А.И. Основы управления в условиях хаоса. Антикризисное управление. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01883-7. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/71F26AED-C687-4202-8A5B-92D9ED38F2F3.
- 3 Кочеткова, А.И. Основы управления в условиях хаоса. Антикризисное управление. В 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.И. Кочеткова, П.Н. Кочетков. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 221 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02133-2. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/2ECD5A24-1297-4D9B-B563-35911675F429.

б) дополнительная литература:

- 4 Франц, В.А. Управление общественным мнением: учебное пособие для академического бакалавриата / В. А. Франц. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 133 с. — (Серия: Университеты России). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/0CAA48DB-3738-456A-925B-0C7DF641998A.
- 5 Зуб, А.Т. Антикризисное управление: учебник для бакалавров / А.Т. Зуб. — 2-е изд., пер. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 343 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3179-2. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/46B55207-0F1D-42E1-A830-D3AC41F665D8.
- 6 Жильцова, О.Н. Связи с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 337 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/31A973AE-44D8-4661-A975-5FAB3F9C229D.

ПРОГРАММА ЛЕКЦИОННОГО КУРСА

ТЕМА 1. Теоретико-методологические основания репутационных технологий

Объект и предмет репутационных технологий. Направления деятельности специалиста по репутационному менеджменту и его взаимодействие со специалистом по рекламе и связям с общественностью. Роль репутации в комплексе нематериальных активов организации.

ТЕМА 2. Репутационные технологии в системе интегрированных коммуникаций

Место репутационных технологий в системе интегрированных коммуникаций. Роль репутационных технологий в системе репутационного менеджмента. Методы оценки репутации. Основные технологии формирования репутации.

ТЕМА 3. Репутационные технологии: основные понятия

Назначение и возможности репутационных технологий. Виды технологий, применяемых в кризисных ситуациях. Технологии упреждающего и оперативного типа: особенности применения. Антикризисные стратегии защиты благоприятного имиджа и репутации организации.

ТЕМА 4. Репутационные риски: определения, подходы к пониманию

Понятия «репутация» и «репутационный риск». Система подходов к пониманию репутации, раскрывающих различные атрибутивные аспекты.

ТЕМА 5. Репутационный менеджмент: структура, виды, основные понятия

Определение репутационного менеджмента. Уровни репутационного менеджмента. Паблсити, имидж, репутация. Категориальный аппарат. Кризис как угроза репутации организации. Этические проблемы применения репутационных технологий.

ТЕМА 6. Особенности репутационной стратегии

Методология создания репутационной стратегии. Репутационная стратегия организации. Особенности репутационной стратегии государства. Прогнозирование и планирование кризисных ситуаций в рамках репутационной стратегии.

ТЕМА 7. Специфика работы специалиста по рекламе и связям с общественностью с репутационными технологиями

- 12 Основные этапы стратегии коммуникаций в целях формирования и поддержания репутации.
- 13 Виды репутационных рисков.
- 14 Методологические рекомендации, используемые в латентной фазе.
- 15 Методологические рекомендации, используемые в острой фазе.
- 16 Уровни репутационного менеджмента.
- 17 Характеристики аналитического процесса в условиях кризиса.
- 18 Виды технологий при работе с репутацией и имиджем организации.
- 19 Понятие социальной ответственности компании.
- 20 Стратегии антикризисной коммуникации.
- 21 Виды репутационных стратегий.
- 22 Планирование кризиса как антикризисная стратегия в целях поддержания репутации.
- 23 Характеристика опасностей.
- 24 Мероприятия по формированию и поддержанию деловой репутации.
- 25 Рейтинги корпоративной репутации.
- 26 Коммуникация со СМИ в рамках формирования репутации.
- 27 Деятельность специалиста по рекламе и связям с общественностью в условиях поддержания репутации.
- 28 Взаимодействие со СМИ в ситуации угрозы репутации организации.

Рекомендуется конспектировать произведение после его прочтения целиком или по частям и вести запись своими словами, прибегая, где это целесообразно, к прямому (и должным образом оформленному кавычками и сносками) цитированию. Это позволяет сознательно применять аналитико-синтетический метод освоения материала, т.е. расчленив его на части, выделить основное содержание и вместе с тем выявить внутренние связи между положениями и синтезировать, объединить расчлененный анализом материал.

4. Помощь студентам в их самостоятельном овладении материалом призваны оказать учебные *лекции* и *практические занятия*. Лектор стремится раскрыть способы и методы освоения материала, дает рекомендации по изучению необходимой литературы. Вместе с тем, как показывает практика преподавания, сами *конспекты лекций* чаще всего нуждаются в доработке в процессе самостоятельной работы студентов. Многие термины и имена, воспринимаемые на слух, зачастую искажаются при записи и должны быть исправлены самостоятельно.

Важным ориентиром для самостоятельной работы служит на практическом занятии *заключительное слово* преподавателя (общее или по ряду студенческих выступлений). Оно содержит оценку не только содержания и формы выступлений, но и степени освоения докладчиками рекомендованной литературы, их умения самостоятельно мыслить.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

- 1 Репутация, основные подходы к пониманию.
- 2 Репутация как нематериальный актив организации.
- 3 Типологические особенности репутационных технологий.
- 4 Факторы, влияющие на величину стоимости нематериальных активов и объектов интеллектуальной собственности.
- 5 Формирование стратегии удержания и улучшения репутационных позиций.
- 6 Оценка репутационного потенциала организаций-конкурентов.
- 7 Природа кризисных явлений, теории объяснения.
- 8 Диагностика как важнейшее условие антикризисной стратегии.
- 9 Социально-политическая теория кризисной ситуации.
- 10 Репутационные риски: понятие.
- 11 Социальное конструирование реальности как основания понимания репутационных рисков.

Задачи специалиста по рекламе и связям с общественностью при составлении репутационной стратегии. Роль специалиста по рекламе и СО в преодолении кризисной ситуации. Технология составления аналитических справок, обзоров и прогнозов в рамках профилактических антикризисных мероприятий. Инструкции и другие документы, регламентирующие деятельность специалиста по рекламе и связям с общественностью в условиях кризиса.

ТЕМА 8. Особенности применения репутационных технологий в информационном пространстве

Специфика и правила построения коммуникации по созданию и поддержке репутации. Особенности деятельности департамента по связям с общественностью в условиях предкризисной, кризисной и посткризисной ситуации. План коммуникаций по поддержке репутации как часть стратегии взаимодействия со СМИ. Роль аналитических справок, обзоров и прогнозов в структуре коммуникации по созданию и поддержке репутации организации.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Предлагаются типовые планы практических занятий по восьми темам программы курса. После каждой темы дается список литературы. Распределение учебных часов, добавление или исключение тем или вопросов осуществляется преподавателями, ведущими занятия на потоках.

ТЕМА 1. Теоретико-методологические основания антикризисного PR

Место и роль репутационных технологий в PR-коммуникации

1. Объект и предмет курса.
2. Место и роль репутационных технологий.

Литература

1. Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб.: Питер, 2003.
2. Базаров Т.Ю., Малиновский П.В. Стратегия поведения антикризисного управляющего и формирование рациональной кадровой политики // Прикладная психология, 1998. № 2.
3. Журавель В., Мазуренко И. PR как зеркало российской экономики // Рекламные технологии. № 5. 1997.

4. Козлов В., Козлова А. Управление конфликтом. М.: Эксмо, 2004.
 5. Куд. А. PR-агентства, финансисты и пресса - любовь еще быть может // Финансист, № 2, 1997.
 6. Лебедева Т. Ю. Искусство обольщения. Паблик Рилейшнз по-французски. Концепции. Практика. М.,: Издательство Московского Университета, 1996.
 7. Самоукина Н.В. Антикризисное управление компанией. – СПб.: Питер, 2003.
 8. Теория и практика антикризисного управления: Учебное пособие. / Под ред. С.Г. Беляева и В.И. Кошкина. М., 1996.
 9. Уткин Э.А. Риск-менеджмент. М., 1998.
 10. Хит Р. Антикризисное управление для руководителей и менеджеров. М.: «Лори», 2004.
 11. Чумиков А. Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. М., 2003.
- Методические указания*
Знать объект и предмет.
Понимать область применения антикризисных и репутационных технологий.

ТЕМА 2. Роль репутационных технологий в системе репутационного менеджмента.

1. Система репутационного менеджмента.
2. Виды репутационных технологий.

Литература

1. Алешина И. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетёров. М.: Гном-пресс, 1997.
2. Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб.: Питер, 2003.
3. Блэк К. Конкретный и конкурентный PR: – М.: Эксмо, 2004.
4. Пособие по разработке планов внешнего управления несостоятельными предприятиями. М., 1999.
5. Самоукина Н.В. Антикризисное управление компанией. – СПб.: Питер, 2003.
6. Теория и практика антикризисного управления: Учебное пособие. / Под ред. С.Г. Беляева и В.И. Кошкина. М., 1996.
7. Уткин Э. А. Антикризисное управление, М.: ЭКМОС, 1997.
8. Уткин Э.А. Риск-менеджмент. М., 1998.

8. Хит Р. Антикризисное управление для руководителей и менеджеров. М.: Лори, 2004.
9. Юн Г.Б. Методология антикризисного управления. М.: Дело, 2004.

Методические указания

Уметь анализировать правила построения коммуникации в условиях кризиса.
Знать и понимать систему правил «Тайленола».

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа - это планируемая в рамках дисциплины работа студентов, которая выполняется при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Она способствует развитию мышления, памяти и творческих способностей. Самостоятельная работа студентов включает в себя изучение учебников, учебных пособий, монографий по антикризисным технологиям, в качестве источников – работ известных специалистов в области антикризисных коммуникаций.

Работа с литературой обеспечивается определенной методической подготовкой, т.е. знакомством студентов с основными приемами работы с текстом, формами фиксации ее результатов.

1. Одним из условий успешного изучения какого-либо вопроса (темы) служит предварительное знакомство со *справочной литературой* (энциклопедии, терминологические словари и т. п.). Таким образом, можно приобрести исходные сведения по интересующему вопросу, познакомиться со значением нужных научных терминов.

2. Самостоятельное изучение литературных источников с необходимостью предполагает использование различных видов записи:

планов – наиболее кратких записей, содержащих лишь перечень рассматриваемых вопросов;

тезисов – изложение в сжатой повествовательной форме основных положений изучаемого материала;

выписок – дословного воспроизведения отдельных наиболее важных положений;

конспектов – наиболее совершенных форм записей, где излагаются в логической последовательности основные положения какого-либо источника.

3. **Конспект** объединяет в себе и план, и тезисы, и выписки; он позволяет также выразить отношение того, кто конспектирует, к воспроизводимым положениям, раскрыть их методологическую и теоретическую значимость для изучаемого курса.

1. Понятие социальной ответственности.
2. Методы и принципы работы с имиджем и репутацией в кризисных ситуациях.

Литература

1. Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб.: Питер, 2003.
2. Баринов В. Антикризисное управление. М.: ФБК-Пресс, 2002.
3. Манн Р., Майер Э. Контроллинг для начинающих / Пер. с нем. М., 1992.
4. Самоукина Н.В. Антикризисное управление компанией. СПб.: Питер, 2003.
5. Теория и практика антикризисного управления: Учебное пособие. / Под ред. С.Г. Беляева и В.И. Кошкина. М., 1996.
6. Уткин Э. А. Антикризисное управление. М.: ЭКМОС, 1997.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. М.: Маркетинг, 2002.
8. Хит Р. Антикризисное управление для руководителей и менеджеров. М.: Лори, 2004.
9. Чумиков А. Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. М., 2003.

Методические указания

Знать место и роль социальной ответственности организации.

Уметь составить программу по восстановлению репутации.

ТЕМА 8. Система поддержки репутации в кризисных ситуациях

1. Коммуникации в кризисных ситуациях.
2. Правила «Тайленола»
3. Ошибки коммуникации в условиях кризиса.

Литература

1. Алешина И. Паблик рилейшинз для менеджеров и маркетёров. М.: Гном-пресс, 1997.
2. Антикризисное управление: от банкротства – к финансовому оздоровлению / Под ред. Г.П. Иванова. М., 1995.
3. Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб.: Питер, 2003.
4. Баринов В. Антикризисное управление. М.: ФБК-Пресс, 2002.
5. Самоукина Н.В. Антикризисное управление компанией. СПб.: Питер, 2003.
6. Теория и практика антикризисного управления: Учебное пособие. / Под ред. С.Г. Беляева и В.И. Кошкина. М., 1996.
7. Уткин Э. А. Антикризисное управление. М.: ЭКМОС, 1997.

9. Хит Р. Антикризисное управление для руководителей и менеджеров. М.: Лори, 2004.

10. Чумиков А. Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. М., 2003.

11. Юн Г.Б. Методология антикризисного управления. М.: Дело, 2004.

Методические указания

Знать основные понятия антикризисных и репутационных технологий.

Уметь анализировать проблемы и перспективы применения различных видов антикризисных и репутационных технологий в системе репутационного менеджмента.

ТЕМА 3. Кризисные и репутационные технологии: основные понятия.

1. Виды технологий, применяемых в кризисных ситуациях.
2. Кризисные технологии упреждающего и оперативного типа: особенности применения.

Литература

1. Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб.: Питер, 2003.
2. Баринов В. Антикризисное управление. М.: ФБК-Пресс, 2002.
3. Манн Р., Майер Э. Контроллинг для начинающих / Пер. с нем. М., 1992.
4. Самоукина Н.В. Антикризисное управление компанией. СПб.: Питер, 2003.
5. Теория и практика антикризисного управления: Учебное пособие. / Под ред. С.Г. Беляева и В.И. Кошкина. М., 1996.
6. Уткин Э. А. Антикризисное управление. М.: ЭКМОС, 1997.
7. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. М.: Маркетинг, 2002.
8. Хит Р. Антикризисное управление для руководителей и менеджеров. М.: Лори, 2004.
9. Чумиков А. Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. М., 2003.

Методические указания

Знать технологии, применяемые в кризисных ситуациях.

Уметь различать кризисные технологии упреждающего и оперативного типа.

ТЕМА 4. Кризисная ситуация: определение, подходы к пониманию

1. Определение кризисной ситуации

2. Подходы к пониманию кризиса.

Литература

1. Алешина И. Паблик рилейшинз для менеджеров и маркетёров. М.: Гном-пресс, 1997.
2. Антикризисное управление: от банкротства – к финансовому оздоровлению / Под ред. Г.П. Иванова. М., 1995.
3. Антикризисный PR и консалтинг / А.С. Ольшевский. – СПб.: Питер, 2003.
4. Баринов В. Антикризисное управление. М.: ФБК-Пресс, 2002.
5. Самоукина Н.В. Антикризисное управление компанией. СПб.: Питер, 2003.
6. Самоукина Н.В. Карьера без стресса. СПб.: Питер, 2003.
7. Теория и практика антикризисного управления: Учебное пособие. / Под ред. С.Г. Беляева и В.И. Кошкина. М., 1996.
8. Уткин Э. А. «Антикризисное управление», М.: ЭКМОС, 1997.
9. Хит Р. Антикризисное управление для руководителей и менеджеров. М.: Лори, 2004.
10. Чумиков А. Н. Конфликтный менеджмент в бизнес-структурах и «паблик рилейшинз» как способ его реализации, Социальные конфликты: экспертиза, прогнозирование, технологии разрешения. Конфликты в политике и экономике: мониторинг и менеджмент, М.: РАН, Международный центр общечеловеческих ценностей, 1994.
11. Чумиков А. Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. М., 2003.

Методические указания

Знать определение кризиса, кризисной ситуации.

Понимать подходы, раскрывающие сущностные характеристики кризиса.

ТЕМА 5. Репутационный менеджмент: структура, виды, основные понятия

1. Понятие репутационного менеджмента.
2. Уровни репутационного менеджмента.
3. Основные понятия репутационного менеджмента.

Литература

1. Афанасьев Г. Когда грянет гром... // Советник, май 1996.
2. Баринов В. Антикризисное управление. М.: ФБК-Пресс, 2002.
3. Козлов В., Козлова А. Управление конфликтом. М.: Эксмо, 2004.
4. Пособие по разработке планов внешнего управления несостоятельными предприятиями. М., 1999.

5. Теория и практика антикризисного управления: Учебное пособие. / Под ред. С.Г. Беляева и В.И. Кошкина. М., 1996.
6. Уткин Э. А. Антикризисное управление, М.: ЭКМОС, 1997.
7. Уткин Э., Шабанов Д., Холоденко Ю. Антикризисноеуправление в малом бизнесе. М.: Теис, 2004.
8. Уткин Э.А. Риск-менеджмент. М., 1998.
9. Хит Р. Антикризисное управление для руководителей и менеджеров. М.: Лори, 2004.
10. Юн Г.Б. Методология антикризисного управления. М.: Дело, 2004.
11. Юн Г.Б. Практическое пособие по осуществлению процедуры наблюдения М., 1998.

Методические указания

Знать определение кризис-менеджмента.

Владеть основными понятиями кризис-менеджмента.

ТЕМА 6. Особенности репутационной стратегии

1. Репутационная маркетинговая стратегия.
2. Специфика составления программы по созданию репутации.

Литература

1. Алешина И. Паблик рилейшинз для менеджеров и маркетёров. М.: Гном-пресс, 1997.
2. Антикризисное управление: от банкротства – к финансовому оздоровлению / Под ред. Г.П. Иванова. М., 1995.
3. Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб.: Питер, 2003.
4. Баринов В. Антикризисное управление. М.: ФБК-Пресс, 2002.
5. Самоукина Н.В. Антикризисное управление компанией. СПб.: Питер, 2003.
6. Теория и практика антикризисного управления: Учебное пособие. / Под ред. С.Г. Беляева и В.И. Кошкина. М., 1996.
7. Уткин Э. А. Антикризисное управление. М.: ЭКМОС, 1997.
8. Хит Р. Антикризисное управление для руководителей и менеджеров. М.: Лори, 2004.
9. Юн Г.Б. Методология антикризисного управления. М.: Дело, 2004.

Методические указания

Знать особенности и виды маркетинговой стратегии.

Знать структуру антикризисной программы.

ТЕМА 7. Специфика работы PR-специалиста в условиях кризиса