МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

по дисциплине "Управление коммуникационными рисками "

для направления подготовки 42.04.02 Журналистика,

**Практические задания для портфолио:**

1. С целью установления контекста риск-менеджмента провести SWOT-анализ для выбранной компании/проекта, составить SWOT-матрицу.

2. Идентифицировать риски для выбранной компании/проекта, составить реестр рисков.

3. С целью анализа идентифицированных рисков разработать пятиуровневую шкалу определения тяжести последствий рисков для выбранной компании/проекта.

4. Провести оценку и ранжирование рисков для выбранной компании/проекта, просчитать RPN, составить матрицу рисков.

5. С целью структурирования факторов риска и анализа причин, приводящих к возникновению риска, построить Диаграмму Исикавы для 1-2 наиболее приоритетных рисков для выбранной компании/проекта.

6. Выявить риски бизнес-процессов «Создание и рассылка пресс-релиза», «Организация интервью пресс-секретарем».

7. С целью изучения понятия целевой аудитории, рассмотрения целевых аудиторий во время кризиса определить все целевые аудитории для: 1) университета; 2) технопарка; 3) IT-компании; 4) информационного агентства; 5) металлургического завода; 6) мэрии.

8. На основе сообщений СМИ, материалов официального сайта выбранной компании и официальных страниц компании в социальных сетях проанализировать управление кризисной ситуацией из реальной практики (хронология развития кризиса; причины; целевые аудитории; стратегии обработки риска (антикризисная кампания); каналы и инструменты коммуникации; главные посылы (месседжи); спикеры («ораторы»).

9. Проанализировать сайт какого-либо PR/коммуникационного агентства на предмет услуги «управление рисками».

**Рекомендации:**

При выполнении заданий рекомендуется:

- использовать максимально возможное количество релевантных источников информации;

- учитывать этапность процесса управления рисками;

- корректно, согласно применяемой методике, формулировать рисковые события;

- активно и грамотно применять терминологический аппарат;

- проводить комплексный анализ кейсов из реальной бизнес-практики.

Методические материалы утверждены на совместном заседании кафедр массовых коммуникаций и теории и истории журналистики (протокол №6 от 2.09.2020)