

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

2023 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Кризові комунікації

для студентів

спеціальності

061 «Журналістика»

рівня вищої освіти

першого (бакалаврського)

освітньої програми

061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Київ – 2023

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти

Проголосовано 0436/23
Лисенко
(підпис) (прізвище, ініціал)

« » 2023 р.

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

2022 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Кризові комунікації

для студентів

спеціальності	<i>061 Журналістика</i>
рівня вищої освіти	<i>першого (бакалаврського)</i>
освітньої програми	<i>061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»</i>

Київ – 2022



Розробник: Харамурза Дар'я Вікторівна, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Викладач: Харамурза Дар'я Вікторівна, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол № 1 від 02 вересня 2022 року


Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю
_____ 2022 р.


Гарант освітньо-професійної програми  М. М. Нетреба

Робочу програму перевірено

_____ 2022 р.

Заступник декана Факультету журналістики з науково-методичної та навчальної роботи  В.Є.Сошинська

Пролонговано:

на 20²³/20²⁴ н.р.  Новохатько Л.М., « 23 » 08 20²³ р., протокол № 1

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__ 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__ 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__ 20__ р., протокол №__

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	5/150	-
Курс	4	-
Семестр	7	-
Кількість змістових модулів з розподілом	5	-
Обсяг кредитів	5	-
Обсяг годин, в тому числі:	150	-
Аудиторні	56	-
Модульний контроль	10	-
Семестровий контроль	30	-
Самостійна робота	54	-
Форма семестрового контролю	Іспит	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета курсу «Кризові комунікації» – ознайомити студентів із сучасними засадами антикризового менеджменту в галузі зв'язків з громадськістю як перспективного напрямку розвитку соціальних комунікацій.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати *інтегральну компетентність*: навчити студентів виконувати складні спеціалізовані завдання в галузі соціальних комунікацій, зокрема кризових;

- розвивати *загальні компетентності*:

ЗК-6. Емоційний інтелект та емоційна компетентність. Усвідомлення власного емоційного стану, самоконтроль і саморегуляція; самоповага і впевненість; уміння долати труднощі, стійкість до стресів; загальний оптимістичний настрій, ініціативність, налаштованість на позитивний результат.

ЗК-7. Міжособистісна взаємодія. Готовність та здатність виконувати проекти у складі групи, брати на себе відповідальність за виконання спільних робіт.

- розвивати *фахові компетентності*:

ФК-2. Інформаційна. Здатність створювати інформаційний продукт та ефективно його просувати. Здатність застосовувати традиційні та сучасні

інформаційні технології у професійній діяльності. Знання специфіки створення і функціонування ЗМІ та забезпечення ефективної взаємодії з ними. Здатність до ефективного обрання медіаресурсів (телебачення, радіо, преса, зовнішня реклама, інтернет). Можливості складання та компанування медіаплану. Уміння комбінувати всі види медіабайтінгу для досягнення оптимального результату рекламної та PR-кампаній.

ФК-4. Управлінська. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність. Розуміння основного алгоритму менеджерської діяльності (планування, організація, мотивація, контроль), володіння технологіями самоменеджменту. Уміння планувати, упроваджувати та супроводжувати рекламні та PR-кампанії, розроблені для державних організацій, комерційних структур, неурядових (некомерційних) об'єднань. Володіння методиками оцінки ефективності рекламної та PR-діяльності. Можливість застосування методик ведення ефективних переговорів в галузі реклами та PR. Знання інструментарію управління репутацією як у звичайному режимі, так і в умовах кризових ситуацій. Уміння проводити оцінку стану репутації компаній.

ФК-5. Аналітико-прогностична. Здатність проводити дослідження для ефективного просування медійного продукту. Здатність виконувати аналітико-прогностичну діяльність на основі дослідження сучасного ринку. Уміння проводити якісні та кількісні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю. Здатність передбачити тенденції та перспективи розвитку рекламного та PR-бізнесу в умовах глобалізації та світової трансформації. Можливість прогнозувати репутаційні ризики і розробляти плани антикризових заходів.

ФК-7. Технологічна. Здатність формувати інформаційних контент. Володіння професійними технологіями. Знання SMM-менеджменту. Можливість використовувати відповідне програмне забезпечення в професійній діяльності і приватному житті. Володіння практичними засадами копірайтингу. Уміння виробляти рекламні та PR-продукти (тексти, візуальні образи, публічні виступи). Можливість моделювати рекламні та PR-повідомлення відповідно до концепцій комунікаційних кампаній.

3. Результати навчання за дисципліною

Опанування дисципліни дозволяє досягти таких **програмних результатів навчання:**

ПРН-6. Управляти емоційним інтелектом, володіти методиками самоконтролю, засвоювати культурні сценарії емоційної поведінки відповідно до соціальної ролі особистості.

ПРН-7 Демонструвати спроможність ефективно працювати в команді. Координувати виконання завдання із завданнями колег.

ПРН-9. Використовувати сучасні інформаційні технології у професійній діяльності, спиратися на знання процесів розвитку та функціонування українських та зарубіжних медіа систем, специфіки створення і функціонування ЗМІ та забезпечення ефективної взаємодії з ними. Обирати медіаресурси. Комбінувати всі види медіабайнгу.

ПРН-11. Використовувати алгоритм менеджерської діяльності (планування, організація, мотивація, координація, контроль), самоменеджменту в сфері зв'язків з громадськістю та реклами. Планувати, впроваджувати та супроводжувати рекламні та PR-кампанії, розроблені для державних організацій, комерційних структур, неурядових (некомерційних) об'єднань, оцінювати їх ефективність. Застосовувати методики з оцінки стану репутації компаній, інструментарію управління репутацією як у звичайному режимі, так і в умовах кризових ситуацій.

ПРН-12. Здійснювати аналітико-прогностичну діяльність. Виявляти тенденції рекламного та PR-бізнесу, передбачати перспективи подальшого їх розвитку. Проводити прикладні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю. Прогнозувати репутаційні ризики й розробляти план антикризових заходів.

ПРН-14. Використовувати ІТ-технологій та SMM-менеджмент у професійній діяльності. Володіти копірайтингом. Створювати рекламні та PR-продукти (тексти, візуальні образи, публічні виступи). Моделювати рекламні та PR-повідомлення відповідно до концепцій комунікаційних кампаній.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

№ п/п	Назви модулів і тем	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Модульний контроль	Самостійна робота	Семестровий контроль
Модуль I. ОСНОВИ АНТИКРИЗОВОГО PR									
1	Кризові комунікації в інформаційному суспільстві	14	8	2	4	2		6	
2	Основні поняття та категорії антикризового PR	12	6	2	4			6	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом	28	14	4	8	2	2	12	
Модуль II. ДОКРИЗОВІ ЗАХОДИ									
3	Профілактика кризи репутації	12	8	2	4	2		6	
4	Розроблення плану підготовки до репутаційних криз	6	2			2		4	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом	20	10	2	4	4	2	10	
Модуль III. МЕНЕДЖМЕНТ КРИЗОВОЇ СИТУАЦІЇ									
5	Репутаційна криза. Реагування	14	8	2	4	2		6	
6	План роботи в кризовій ситуації	12	8	2	4	2		4	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом	28	16	4	8	4	2	12	
Модуль IV. ОРГАНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ КРИЗИ									
7	Класифікація та оцінка ризиків	16	8	2		2		8	
8	Інструменти антикризових комунікацій	6	4		4			2	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом	24	12	2	4	2	2	10	

Модуль V. СПРОСТУВАННЯ НЕДОСТОВІРНОЇ ІНФОРМАЦІЇ. ВІДНОВЛЕННЯ РЕПУТАЦІЇ									
9	Захист від поширення недостовірної інформації	18	8	2	4	2		10	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	<i>Разом</i>	20	8	2	4	2		10	
	Семестровий контроль	30							30
	Разом за навчальним планом	150	56	14	28	14	10	54	30

5. Програма навчальної дисципліни

МОДУЛЬ I.

ОСНОВИ АНТИКРИЗОВОГО PR

Тема 1. Кризові комунікації в інформаційному суспільстві

Інформаційне суспільство та зростання ролі інформаційної складової у суспільно-політичних процесах, вплив глобалізації на комунікаційні процеси в суспільстві. Характеристики сучасного інформаційного простору (комерціалізація, монополізація, приватизація, інтернаціоналізація). VUCA-світ та його властивості. Цифрова нерівність. Місце та роль комунікації в управлінні організаціями. Роль комунікації у подоланні кризових ситуацій.

Тема 2. Основні поняття та категорії антикризового PR

Репутація організації, криза репутації. Ризики. Кризова ситуація. Криза і конфлікт. Фактори, які впливають на появу, розвиток і зникнення кризи. Ознаки кризи. Класифікація криз. Ключові чинники, що впливають на масштаб кризових ситуацій. Роль зв'язків з громадськістю у кризових і конфліктних ситуаціях. Антикризовий менеджмент. Етичні питання антикризового PR.

МОДУЛЬ II.

ДОКРИЗОВІ ЗАХОДИ

Тема 3. Профілактика кризи репутації

Докризові заходи. Антикризове стратегічне планування. Розроблення типології можливих криз підприємства. Карта ризиків. Програма заходів подолання кризових ситуацій. Структура антикризової команди. «Адвокати» бренду. Основні етапи та формування антикризової стратегії.

Тема 4. Розроблення плану підготовки до репутаційних криз

Антикризове управління та його інструменти. Класифікація, оцінка ризиків.

Сценарії реагування та антикризової стратегії. Категорії значущості та публічності. Етапи розвитку кризи. Загальні помилки при комунікації. Базові рекомендації антикризового управління.

МОДУЛЬ III.

МЕНЕДЖМЕНТ КРИЗОВОЇ СИТУАЦІЇ

Тема 5. Репутаційна криза. Реагування

Етапи розвитку кризи. Ресурси антикризової PR-кампанії. Нейтралізація негативу. Функції PR-фахівця, пресекретаря в умовах кризи. Стадії формування громадської думки під час кризи. Особливості комунікації з різними цільовими аудиторіями в умовах кризи. Специфіка і практика спілкування з масмедіа в кризовий період. Психологія журналістів. Основні помилки в спілкуванні з медіа та аудиторією. Методи та інструменти захисту репутації підприємства.

Тема 6. План роботи в кризовій ситуації.

Обов'язкові фактори реагування. Сприйняття кризи громадськістю. Правила реагування в перші вісім годин. Правила і потреби комунікацій під час розгортання тривалої і непрогнозованої кризи. Виникнення та розповсюдження чуток. Реакція й боротьба з чутками та фейковими новинами. Правила кризової комунікації. Кризові комунікації у соціальних медіа. Специфіка роботи в кризовій ситуації з PR-агентством. Аналітична діяльність підприємства під час організації кризової комунікації.

МОДУЛЬ IV.

ОРГАНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ КРИЗИ

Тема 7. Класифікація та оцінка ризиків

Категорії ризиків. Критерії оцінки ризиків. Сценарії антикризової стратегії. Комунікаційні PR-стандарти антикризової кампанії. Правильний порядок пріоритетів під час формування офіційної позиції організації в умовах кризи. Підготовка до виходу з кризи.

Тема 8. Інструменти антикризових комунікацій

Інструменти антикризових комунікацій: від заяви до інформаційної хвилі. Антикризове повідомлення організації. Шаблони повідомлень. Структура офіційного повідомлення та порядок пріоритетів. Правила написання офіційного антикризового повідомлення організації. Правило CAP. Стандарти написання ефективного пресрелізу. Розробка контент-плану публікацій в рамках антикризової кампанії.

МОДУЛЬ V.

СПРОСТУВАННЯ НЕДОСТОВІРНОЇ ІНФОРМАЦІЇ. ВІДНОВЛЕННЯ РЕПУТАЦІЇ

Тема 9. Захист від поширення недостовірної інформації.

Спростування недостовірної інформації в масмедіа. Робота з фейками. Глибинні інтерв'ю. Підготовка інтерв'ю керівника для преси або відеозапису виступу. Типові помилки спікера і шляхи їх уникнення. Заборонені методи подолання кризи. Відновлення репутації в середній і довгостроковій перспективі. Генерація позитивних інформаційних приводів. Експертна думка. Аналіз результатів антикризової кампанії.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль I		Модуль II		Модуль III		Модуль IV		Модуль V	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1
Відвідування семінарських занять	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1
Відвідування практичного заняття	1	4	4	2	2	4	4	2	2	2	2
Робота на семінарському занятті	10	1	10	2	20	2	20	1	10	1	10
Робота на практичному занятті	10	4	40	2	20	4	40	2	20	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5

Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>			87		75		98		64		64
Максимальна кількість балів	388										
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $388 : 60 = 6,5$ Студент набрав: 326 балів Оцінка: $326 : 6,5 = 50$ балів										

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання.

Модуль I. Основи антикризового PR

Самостійна робота 1

1. Ознайомитись із джерелами, запропонованими викладачем.
2. Скласти на основі діяльності відомої студенту організації структуру антикризової команди.
3. Підготувати результати дослідження у формі текстового документу або мультимедійної презентації.

Модуль II. Докризові заходи

Самостійна робота 2

1. Ознайомитись із джерелами, запропонованими викладачем.
2. Дослідити помилки під час антикризового спілкування PR-фахівця з масмедіа.
3. Коротко розкрити суть кожної помилки та потенційні репутаційні втрати за умови її припущення.
4. Підготувати результати дослідження у формі текстового документу або мультимедійної презентації.

Модуль III. Менеджмент кризової ситуації

Самостійна робота 3

1. Ознайомитись із джерелами, запропонованими викладачем.
2. Розробити алгоритм спілкування з PR-агентством, запрошеним організацією для вирішення кризової ситуації.
3. Підготувати результати дослідження у формі текстового документу або мультимедійної презентації.

Модуль IV. Організація комунікації в умовах кризи

Самостійна робота 4

1. Ознайомитись із джерелами, запропонованими викладачем.
2. Обґрунтувати порядок пріоритетів антикризової комунікації та навести приклади помилок (реальні кейси).

3. Підготувати результати дослідження у формі текстового документу або мультимедійної презентації.

Модуль V. Спростування недостовірної інформації. Відновлення репутації

Самостійна робота 5

1. Ознайомитись із джерелами, запропонованими викладачем.
2. Розробити сценарій відновлення репутації організації в середній і довгостроковій перспективі на прикладі організації, обраної за вибором студента.
3. Підготувати результати дослідження у формі текстового документу або мультимедійної презентації.

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими *критеріями*:

- ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмовій роботі, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом. Модульний контроль передбачає проходження тестування та виконання практичних завдань за темами поточного модуля для перевірки набутих знань.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Форма модульного контролю передбачає систематизацію лекційного матеріалу та вирішення творчих комунікативних завдань.

Кількість модульних контрольних робіт із навчальної дисципліни – 5, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Модульна контрольна робота № 1

Передбачає тестування за темами модуля I та виконання практичного завдання. Студент має відповісти на теоретичні питання та проілюструвати їх самостійно наведеними прикладами.

Модульна контрольна робота № 2

Передбачає тестування за темами модуля II та виконання практичного завдання. Студент має відповісти на теоретичні питання та проілюструвати їх самостійно наведеними прикладами.

Модульна контрольна робота № 3

Передбачає тестування за темами модуля III та виконання практичного завдання. Студент має відповісти на теоретичні питання та проілюструвати їх самостійно наведеними прикладами.

Модульна контрольна робота № 4

Передбачає тестування за темами модуля IV та виконання практичного завдання. Студент має відповісти на теоретичні питання та проілюструвати їх самостійно наведеними прикладами.

Модульна контрольна робота № 5

Передбачає тестування за темами модуля V та виконання практичного завдання. Студент має відповісти на теоретичні питання та проілюструвати їх самостійно наведеними прикладами.

Орієнтовний перелік практичних завдань для модульного контролю.

- Розробити карту ризиків для підприємства (на вибір студента).
- Сформулювати структуру антикризової команди підприємства (на вибір студента).
- Розробити план роботи в кризовій ситуації для організації (на вибір студента).
- Розробити та підготувати антикризове повідомлення для кризової ситуації (на вибір студента).
- Розробити та підготувати презентацію антикризового реагування та нейтралізації негативу.

Оцінювання модульної контрольної роботи здійснюється за такими критеріями:

- ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмовій роботі, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

Правильне виконання всіх завдань у межах однієї модульної контрольної роботи оцінюється максимально 25 балами.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на практичних і семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, модульні контрольні роботи.

Підсумкове оцінювання знань студентів з дисципліни «Кризові комунікації» відбувається в межах іспиту. Студентам пропонується виконати 40 тестових завдань для перевірки набутих знань відповідно до навчальної програми (40 питань – 1 бал за правильну відповідь на одне питання).

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Визначте, які особливості сучасного інформаційного простору важливі в кризових комунікаціях.
2. Визначте місце та роль комунікації в управлінні організаціями.
3. Поясніть роль комунікації у подоланні кризових ситуацій.
4. Дайте визначення поняттю «репутація».
5. Розкрийте значення поняття «криза репутації».
6. Дайте визначення поняттю «криза».
7. Визначте фактори, що сприяють появі кризи.
8. Назвіть ознаки кризи.
9. Наведіть класифікацію криз.
10. Охарактеризуйте типи криз за походженням.
11. Наведіть класифікацію криз Сема Блека.
12. Порівняйте ключові чинники, що впливають на масштаб кризових ситуацій.
13. Визначте роль зв'язків з громадськістю у кризових і конфліктних ситуаціях.
14. Розкрийте особливості етичних питань антикризового PR.
15. Охарактеризуйте основні етапи антикризової стратегії.
16. Розкрийте сутність докризових заходів.
17. Поясніть специфіку формування карти ризиків.
18. Визначте принцип складання програми заходів подолання кризових ситуацій.
19. Визначте основних учасників антикризової команди.
20. Охарактеризуйте основні принципи антикризового управління.
21. Проаналізуйте етапи розвитку кризи.
22. Визначте ресурси антикризової PR-кампанії.

23. Проаналізуйте порядок нейтралізації негативу.
24. Охарактеризуйте категорії ризиків.
25. Проаналізуйте критерії оцінювання ризиків.
26. Проведіть порівняльний аналіз сценаріїв антикризової стратегії.
27. Визначте загальні помилки при комунікації під час кризи.
28. Назвіть функції PR-фахівця, пресекретаря в умовах кризи.
29. Визначте стадії формування громадської думки під час кризи.
30. Розкрийте особливості комунікації з різними цільовими аудиторіями в умовах кризи.
31. Охарактеризуйте специфіку спілкування з масмедіа в кризовий період.
32. Визначте основні помилки в спілкуванні з медіа та аудиторією.
33. Охарактеризуйте методи та інструменти захисту репутації підприємства.
34. Визначте обов'язкові фактори реагування під час кризи.
35. Назвіть правила реагування в перші вісім годин кризи.
36. Охарактеризуйте правила і потреби комунікацій під час розгортання тривалої і непрогнозованої кризи.
37. Визначте ефективні способи боротьби з чутками та фейковими новинами.
38. Охарактеризуйте правила кризової комунікації.
39. Розкрийте специфіку роботи в кризовій ситуації з PR-агентством. Аналітична діяльність підприємства під час організації кризової комунікації.
40. Визначте правильний порядок пріоритетів під час формування офіційної позиції організації в умовах кризи.
41. Проаналізуйте процес підготовки до виходу з кризи.
42. Охарактеризуйте інструменти антикризових комунікацій.
43. Розкрийте сутність поняття «антикризове повідомлення організації».
44. Проаналізуйте структуру офіційного повідомлення та порядок пріоритетів.
45. Розкрийте суть правила CAP для написання офіційного антикризового повідомлення організації.
46. Назвіть стандарти написання ефективного пресрелізу.
47. Визначте порядок роботи з фейками та спростування недостовірної інформації в масмедіа.
48. Охарактеризуйте порядок підготовки інтерв'ю керівника для преси або відеозапису виступу.
49. Визначте заборонені методи подолання кризи.
50. Проаналізуйте значення відновлення репутації в середній і довгостроковій перспективі.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

7. Рекомендована література

Основна:

1. Антикризовий менеджмент / Скібіцька Л. І., Матвеев В. В., Щелкунов В. І., Подреза С. М. Київ : Центр навчальної літератури, 2017. 584 с.
2. Дзяна Г., Дзяний Р. Управління комунікаціями в умовах кризи. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. № 2. 2022. С. 13–21.
3. Запорожець О. Ю. Кризовий комунікативний менеджмент у сфері міжнародних відносин : монографія. Київ : Центр вільної преси, 2006. 102 с.
4. Запорожець О. Ю. Кризові комунікації у міжнародних відносинах : навч. посіб. Київ: ІМВ, 2009. 75 с.
5. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології : навч. посіб. Острого : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. 162 с.
6. Ковалевська А. В. Антикризове управління підприємством : конспект лекцій. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. 2016. 140 с.
7. Коник Д. Довіра громади: кризові комунікації органів місцевого самоврядування : практичний посібник. URL: <http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/Crisis-communications-guide.pdf> (дата звернення: 20.08.2022).
8. Мойсеєв В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2007. 224 с.
9. Мудрак Л. Комунікація і криза. Як громадам протистояти викликам і успішно діяти в період кризи. URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/663/Комунікація_і_криза_-_посібник_Лари_Мудрак.pdf (дата звернення: 21.08.2023).
10. Ясінська Ю. Методи та інструменти захисту репутації підприємства. *Галицький економічний вісник*, № 2 (49). 2015. С. 134–143.

Додаткова:

1. Єргін, Деніел. Нова карта світу. Енергетика, клімат, конфлікти. Київ : Лабораторія. 2022. 520 с.
2. Зернецька О. В. Глобальна комунікація : монографія. Київ : Наукова думка, 2017. 348 с.
3. Керування ризиками небезпек в умовах війни. URL: <https://mim.kyiv.ua/news/article/keruvannya-rizikami-nebezpek-v-umovah-vyni-mm-ekonomichniy-front> (дата звернення: 20.08.2022).
4. Кризові комунікації: 3 факапи українського бізнесу. Частина I. URL: <https://kfund-media.com/kryzovi-komunikatsiyi-3-fakapy-ukrayinskogo-biznesu-chastyna-i/> (дата звернення: 20.08.2023).
5. Кризові комунікації: 3 факапи українського бізнесу. Частина II. URL: <https://kfund-media.com/kryzovi-komunikatsiyi-3-fakapy-ukrayinskogo-biznesu-chastyna-i-2/> (дата звернення: 20.08.2023).
6. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 257 с.
7. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : Видавничий центр «Київський університет», 1999. 308 с.
8. Почепцов Г., Чукут С. Інформаційна політика : навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 663 с.
9. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади. URL: <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk.pdf> (дата звернення: 20.08.2023).
10. Стариченко В. Хто такий кризовий менеджер і чим він займається. URL: <https://happymonday.ua/hto-takuj-kryzovuj-menedzher> (дата звернення: 21.08.2023).
11. Суспільство, ЗМІ, держава: вектори взаємодії : *Матеріали Всеукраїнської наради керівників державних і комунальних засобів масової інформації*. Київ : Державний комітет телебачення і радіомовлення України; НДІ засобів масової інформації, 2004. 192 с.
12. Хіт, Роберт. Кризовий менеджмент для керівників. Київ : Наукова думка. 2002. 566 с.

8. Навчально-методична картка дисципліни «Кризові комунікації»

Разом: 150 год., з них: лекційні – 14 год., практичні – 28 год., семінарські – 14 год., модульний контроль – 10 год., самостійна робота – 54 год., семестровий контроль – 30 год.

Модулі	Модуль I		Модуль II		Модуль III		Модуль IV	Модуль V
Назва модуля	ОСНОВИ АНТИКРИЗОВОГО PR		ДОКРИЗОВІ ЗАХОДИ		МЕНЕДЖМЕНТ КРИЗОВОЇ СИТУАЦІЇ		ОРГАНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ КРИЗИ	СПРОСТУВАННЯ НЕДОСТОВІРНОЇ ІНФОРМАЦІЇ. ВІДНОВЛЕННЯ РЕПУТАЦІЇ
Кількість балів за модуль	87		75		98		64	64
Лекції	Відвідування – 2 б., з них:		Відвідування – 1 б., з них:		Відвідування – 2 б., з них:		Відвідування – 1 б., з них:	Відвідування – 1 б., з них:
Теми лекцій	Кризові комунікації в інформаційному суспільстві – 1 б.	Основні поняття та категорії антикризового PR – 1 б.	Профілактика кризи репутації – 1 б.		Репутаційна криза. Реагування – 1 б.	План роботи в кризовій ситуації – 1 б.	Класифікація та оцінка ризиків – 1 б.	Захист від поширення недостовірної інформації – 1 б.
Теми семінарських занять	Кризові комунікації в інформаційному суспільстві – 1 б. + 10 б.		Профілактика кризи репутації – 1 б. + 10 б.	Розроблення плану підготовки до репутаційних криз – 1 б. + 10 б.	Репутаційна криза. Реагування – 1 б. + 10 б.	План роботи в кризовій ситуації – 1 б. + 10 б.	Класифікація та оцінка ризиків – 1 б. + 10 б.	Захист від поширення недостовірної інформації – 1 б. + 10 б.
Теми практичних занять	Кризові комунікації в інформаційному суспільстві – 2 б. + 20 б.	Основні поняття та категорії антикризового PR – 2 б. + 20 б.	Профілактика кризи репутації – 2 б. + 20 б.		Репутаційна криза. Реагування – 2 б. + 20 б.	План роботи в кризовій ситуації – 2 б. + 20 б.	Інструменти антикризових комунікацій – 2 б. + 20 б.	Захист від поширення недостовірної інформації – 2 б. + 20 б.
Самостійна робота	5 б.		5 б.		5 б.		5 б.	5 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)		Модульна контрольна робота 2 (25 балів)		Модульна контрольна робота 3 (25 балів)		Модульна контрольна робота 4 (25 балів)	Модульна контрольна робота 5 (25 балів)
Підсумковий контроль	Всього 388 балів + в межах іспиту 40 балів							