


Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова науково-методичної ради
факультету _____

 Юлія ГАРКАВЕНКО

«___» _____ 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 2.14 _____ Антикризовий PR _____
шифр із ОПП і повна назва навчальної дисципліни

для здобувачів вищої освіти

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

галузь знань 06 Журналістика


спеціальність 061 Журналістика

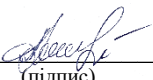
спеціалізація _____

освітня програма Реклама і зв'язки з громадськістю

рік набору 2021 /2022 форма навчання денна термін навчання 3 роки 10 місяців

вид дисципліни обов'язкова

Розробник (-и) Мироненко В.В., в.о. зав. кафедри, к. соц. ком. 
вказати розробників: ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання підпис

Погоджено гарант ОП  Анжела ЛЯЩЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

Робоча програма схвалена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю
Протокол від «23» червня 2023 року № 18

Ухвалено на засіданні науково-методичної ради факультету систем і засобів масової комунікації
Протокол від «30» серпня 2023 року № 1

**Дніпро
2023**

Опис навчальної дисципліни

Навчальний рік (роки) викладання дисципліни	Курс	Семестр	Підсумковий контроль				Індивідуальні завдання		Кредитів ЕCTS	Обсяг роботи студента (години)						
			екзамен	диф. залік	залік	курсова робота	форма	кількість		всього	аудиторні					самостійна робота
											всього аудиторних	лекції	практичні заняття	семінарські заняття	лабораторні заняття	
2023/24	3	5	+				кпр		3,0	90	48	16	32			42
20__/_																
20__/_																
20__/_																

1. Мета дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Антикризовий PR» є формування у здобувачів вищої освіти комплексу теоретичних знань та практичних навичок ефективного використання зв'язків з громадськістю для побудови та підтримання позитивних відносин між організаціями та їх стейкхолдерами, ознайомити зі стратегіями та тактиками, які допомагають підготуватися до криз, запобігти ним і пом'якшити вплив на репутацію, бізнес і фінансову стійкість організацій.

Вивчення дисципліни забезпечує формування компетентностей за ОП:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК07. Здатність використовувати вітчизняний і світовий досвід у сфері реклами і зв'язків з громадськістю.

СК08. Здатність використовувати професійно-профільні знання й практичні навички з журналістики, рекламної та PR-комунікації, а також діджитал-технологій для дослідження комунікаційних явищ і процесів і провадження ефективної рекламної та PR-діяльності.

2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни.

Передумовами для вивчення дисципліни є: (ОК 2.1) Теорія та історія соціальних комунікацій; (ОК 2.4) Прикладні соціально-комунікаційні технології; (ОК 2.3) Теорія і практика реклами та зв'язків з громадськістю.

3. Результати навчання за дисципліною та їх співвідношення із програмними результатами навчання.

№	Результати навчання за дисципліною	Програмні результати навчання за ОП	Номери тем
1	<p>знати: принципи антикризового управління</p> <p>уміти: застосовувати навички розпізнавання кризових ситуацій в інформаційній сфері</p>	<p>ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.</p> <p>ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.</p> <p>ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.</p> <p>ПР19. Використовувати набуті знання в умовах динамічності сучасного рекламного та ПР-продукту; застосовувати практичні рекомендації у процесі створення професійних та конкурентних рекламних та ПР-проектів.</p>	<p>Т. 1.1</p> <p>Т. 1.2</p>
2	<p>знати: сутність антикризових комунікацій, комунікаційні засоби антикризового управління</p> <p>уміти: обґрунтовувати антикризову стратегію</p>	<p>ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.</p> <p>ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.</p> <p>ПР19. Використовувати набуті знання в умовах динамічності сучасного рекламного та ПР-продукту; застосовувати практичні рекомендації у процесі створення професійних та конкурентних рекламних та ПР-проектів.</p>	<p>Т. 1.2</p> <p>Т. 1.3</p>
3	<p>знати: етапи антикризової програми</p> <p>уміти: аналізувати, прогнозувати, проєктувати антикризові комунікації</p>	<p>ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.</p> <p>ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.</p> <p>ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук.</p> <p>ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.</p>	<p>Т. 2.1</p>

4	<p>знати: сучасні інструменти антикризового PR, антикризових комунікацій в професійній діяльності</p> <p>уміти: використовувати сучасні інструменти антикризового PR, антикризових комунікацій в професійній діяльності та наближених до неї умовах</p>	<p>PR02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.</p> <p>PR15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.</p> <p>PR18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.</p> <p>PR21. Знати особливості сучасної медіасистеми та адаптувати рекламний та PR-продукт під запити та функції певного її елементу.</p>	<p>T. 2.2</p> <p>T. 2.3</p>
5	<p>знати: сутність ефективної комунікативної взаємодії в умовах кризи</p> <p>уміти: творчо підходити до вирішення кризових ситуацій, використання кризи на користь компанії, для власного професійного та особистісного розвитку</p>	<p>PR15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.</p> <p>PR18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.</p> <p>PR19. Використовувати набуті знання в умовах динамічності сучасного рекламного та PR-продукту; застосовувати практичні рекомендації у процесі створення професійних та конкурентних рекламних та PR-проектів.</p> <p>PR21. Знати особливості сучасної медіасистеми та адаптувати рекламний та PR-продукт під запити та функції певного її елементу.</p>	<p>T. 2.4</p>

4. Структура навчальної дисципліни.

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин*				
		лекції	практичні заняття	семінарські заняття	лабораторні заняття	самостійна робота
5 семестр						
Розділ 1. Управління кризовими ситуаціями						
1	Тема 1.1 Кризові явища в соціальних відносинах та соціальних комунікаціях.	2	4			6
2	Тема 1.2 Управління проблемами з метою запобігання криз.	2	4			6
3	Тема 1.3 Комунікації в кризових ситуаціях.	2	4			6
Розділ 2. Антикризова PR-програма						
4	Тема 2.1 Підготовка антикризових програм.	4	6			6
5	Тема 2.2 Взаємодія зі ЗМІ в умовах кризи.	2	6			6
6	Тема 2.3 Чутки як комунікативне явище.	2	4			6
7	Тема 2.4 Методи подолання кризи.	2	4			6
Всього		16	32			42

Тематика практичних / семінарських занять

№ Теми	Тематика (назва) практичного / семінарського заняття	Кількість годин	Рекомендована література (№ з переліку)
Розділ 1.			
Тема 1.1	Кризові явища в соціальних відносинах та соціальних комунікаціях.	4	Основна: 2, 3 Додаткова: 4, 5, 10, 11 Інф. ресурси: 1-3
Тема 1.2	Управління проблемами з метою запобігання криз.	4	Основна: 2, 3, 5 Додаткова: 4, 5, 7, 10 Інф. ресурси: 1-3
Тема 1.3	Комунікації в кризових ситуаціях.	4	Основна: 3, 4 Додаткова: 1, 3, 5, 6, 9 Інф. ресурси: 1-3
Розділ 2.			
Тема 2.1	Підготовка антикризових програм.	6	Основна: 3, 5 Додаткова: 1, 2, 9, 10 Інф. ресурси: 1-3
Тема 2.2	Взаємодія зі ЗМІ в умовах кризи.	6	Основна: 1, 4, 5 Додаткова: 1, 2 Інф. ресурси: 1-3
Тема 2.3	Чутки як комунікативне явище.	4	Основна: 3, 4, 5 Додаткова: 2, 4, 8 Інф. ресурси: 1-3
Тема 2.4	Методи подолання кризи.	4	Основна: 3, 4, 5 Додаткова: 2, 4, 5, 8 Інф. ресурси: 1-3
Всього годин		32	-

Тематика самостійної роботи

№ Теми	Тема самостійної роботи	Кількість годин	Рекомендована література (№ з переліку)
Тема 1.1	Комунікаційні стандарти антикризового управління. Діагностика кризи.	6	Основна: 2, 3 Додаткова: 3, 4, 5, 10
Тема 1.2	Правила реагування на кризу. Правило "Скажи все і скажи негайно".	6	Основна: 2, 4, 6 Додаткова: 4, 5, 7, 10
Тема 1.3	Інформаційна війна як характерна ознака сучасних суспільних відносин. Методи інформаційної війни.	6	Додаткова: 6, 9
Тема 2.1	Правила поведінки посадових осіб в умовах кризи. Формування антикризового штабу.	6	Додаткова: 1, 2, 4, 10
Тема 2.2	Пресслужба як центр роботи зі ЗМІ. Пресконференція в умовах кризи.	6	Основна: 1, 3, 4, 5 Додаткова: 1, 2
Тема 2.3	Протидія чуткам: боротьба з чутками на прикладі конкретної організації/особи/бренду	6	Основна: 3, 5 Додаткова: 4, 8
Тема 2.4	Спін-доктор та його функції. Антикризові PR-технології.	6	Основна: 3, 4 Додаткова: 8
Всього годин		42	-

5. Схема формування оцінки.

5.1 Шкала відповідності оцінювання:

Відмінно/Excellent	Зараховано/Passed	90-100
Добре/Good		82-89
		75-81
		64-74
Задовільно/Satisfactory		60-63
Незадовільно/Fail	Не зараховано/Fail	0-59

5.2 Форми та організація оцінювання:

Поточний контроль:

Форма оцінювання	Строки проведення оцінювання (тижні викладання)	Максимальна кількість балів
Оцінювання рівня виконання практичних аудиторних завдань	протягом семестру відповідно розкладу занять	7*5=35
Оцінювання рівня виконання завдання з самостійної роботи (есе, дайджест, презентація)	16 тиждень	15
КМР	8 тиждень	10
Максимальна кількість балів за поточне оцінювання		60

Семестровий контроль:

Форма оцінювання	Максимальна кількість балів
Екзамен	40

5.3 Критерії оцінювання:

Критерії оцінювання знань здобувачів*	
Форма 1	
Бали	Критерій
5	<i>В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час практичних занять та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Надав власні аргументи щодо основних положень даної теми, виявив нові ідеї та положення, що не були розглянуті раніше.</i>
4	<i>Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час практичних занять та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.</i>
3	<i>В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час практичних занять та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.</i>
2	<i>Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час практичних занять та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.</i>
1	<i>Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час практичних занять та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки.</i>
0	<i>Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту практичних завдань.</i>
Форма 2	
Бали	Критерій
11-15	<i>В повному обсязі виокремлює з різних джерел основні положення, структурно об'єднує їх, коротко аналізує кожне з них та робить ґрунтовні узагальнюючі висновки. Складання глосарію з обраної теми. (у форматі есе – самостійне викладення здобувачем у вільній формі на підставі опрацьованого матеріалу теми, проблеми, питання; дайджест – системний аналіз будь-якого теоретичного положення, розкриття різних точок зору на будь-яку проблему, тему, питання та зроблені узагальнюючі висновки).</i>
6-10	<i>В цілому правильно виокремлені основні положення кожного з джерел, але не зроблено їх відповідного аналізу та узагальнюючих висновків.</i>
1-5	<i>Частково та поверхово розкрив лише окремі положення питання і допустив при цьому певні суттєві помилки, котрі значно вплинули на загальне розуміння питання.</i>
Форма 3 (КМР)	
Бали	Критерій
0-10	<i>Виконання тесту в онлайн форматі засобами Forms: 10 питань (кожна вірна відповідь – 1 бал).</i>

* (за кожною формою оцінювання, зазначеною у п. 5.2)

6. Методи навчання, інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна:

Методи навчання: навчання передбачає використання словесних (лекція, бесіда), наочних (ілюстрація, демонстрація, спостереження) та практичних (практична робота, розв'язання задач, тренувальні і творчі вправи) методів навчання.

Під час лекційних занять використовуються презентації, які поєднують словесні та наочні методи навчання, що дає можливість здобувачам вищої освіти акумулювати знання.

Під час практичних занять застосовуються словесні та практичні методи навчання, які спрямовані на формування у здобувачів вищої освіти здібностей пізнання, а саме: інтерактивне обговорення тем, розв'язання практичних задач та розбір теоретичних вправ, дискусії, індивідуальна та командна форми роботи, вивчення готових кейсів.

Самостійна робота базується на наочних та практичних методах навчання і направлена на самостійне оволодіння здобувачами вищої освіти знаннями за темами навчальної дисципліни.

Інструменти та обладнання: онлайн-інструменти для навчання під час воєнного стану (усі функції Microsoft 365), за потреби – обладнання лабораторії «Сучасних медіа» факультету систем і засобів масової комунікації

Програмне забезпечення: за потреби здобувачі можуть користуватися програмним забезпеченням, встановленим на комп'ютерах лабораторії «Сучасних медіа» факультету систем і засобів масової комунікації.

7. Рекомендована література:

Основна:

1. Білан Н. І., Нетреба М. М. Організація роботи прес-служб: навч. посіб. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. 304 с.
2. Іванюта С. Антикризове управління: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 288 с.
3. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології : навч. посібник. Острого: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. 162 с.
4. Мойсеев В.А. Паблік рілейшнз. Навчальний посібник. Київ: Академвидав, 2017. 224 с.
5. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 202 с.
6. Тюріна Н. М., Кравацка Н. С., Грабовська І. В. Антикризове управління: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 448 с.

Додаткова:

1. Власова О. І., Никоненко Ю. В. Соціальна психологія організацій та управління: Підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 392 с.
2. Казанжи З. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади. Київ, 2016. 112 с.
3. Киричок А. П. Начерки з розвитку досліджень у галузі кризових комунікацій. *Технологія і техніка друкарства*. Вип. 4 (54). Грудень 2016. С. 81-87.
4. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 3-тє вид. доп. і перероб. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
5. Коулман А. Стратегії кризових комунікацій / пер. з англ. О. Татаренко. Харків: ВД «Фабула». 2023. 200 с.
6. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі: навчальний посібник. Київ: ВІКНУ, 2016. 286 с.
7. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством в умовах економіки знань та інтелектуалізації менеджменту. *Економічний форум*. 2016. № 1. С. 161-170.

8. Литовченко І. Інтернет-маркетинг як інструмент антикризових програм підприємства. 2009. №5. *Маркетинг в Україні*. С. 49-53.
9. Почепцов Г. Г. Сміслові та інформаційні війни. *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 18. С. 21-27.
10. Скібіцький О. М. Антикризовий менеджмент : навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 568 с.
11. Ткаченко А. М., Калюжна Ю. В. Криза: сутність, класифікація та причини виникнення. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2013. Вип. 1(2). С. 122-126.

8. Інформаційні ресурси:

1. Видання «PR Week» з PR та комунікацій: <https://www.prweek.com/uk>
2. Український сайт про PR, маркетинг і рекламу: <https://sostav.ua/>
3. Marketing Media Review: вебсайт <https://mmr.ua/>