**Змістовний модуль І. Основні поняття та категорії антикризового PR**

**Тема 1. Вступ до курсу «Антикризові комунікації».**

Мета курсу, його предмет, завдання.

Інформаційне суспільство та зростання ролі інформаційної складової у суспільно-політичних процесах, вплив глобалізації на комунікаційні процеси в суспільстві.

**Тема 2. Основні поняття антикризового PR.**

Сутність та співвідношення понять «комунікація», «масова комунікація», «інформація», «антикризове управління», «управління кризами», «антикризові комунікації», «антикризовий PR». Антикризовий PR як комплекс високоефективних технологій, які орієнтовані на прогнозування, виявлення та усунення кризи, вихід з неї, регулювання наслідків. Пріоритетні напрями PR-діяльності. Етичні питання антикризового PR.

**Тема 3. Масові комунікації: суть, ознаки, завдання.**

Комунікація як форма зв’язку, шлях сполучення, акт спілкування, повідомлення інформації однією особою іншій або колу осіб. Комунікація як процес (спілкування людей: обмін ідеями, думками, намірами, відчуттями, інформацією). Комунікація як об’єкт (сукупність технічних засобів, що забезпечують процеси передачі інформації).

**Тема 4. Закони і принципи комунікацій.**

Закон зростання комунікативних потреб людей, закон прискорення і збільшення обсягу інформаційного обміну, закон довіри до зрозумілих висловлювань та простих життєвих прикладів та ін.

Правила спілкування як ментальні патерни поведінки, що закріплені в прислів'ях, приказках, афоризмах (Знай більше, а говори менше; Слово срібло, а мовчання золото; Умій пожартувати, вмій і перестати; Мало кажучи, більше почуєш, Язиком не поспішай, а справою не лінуйся та ін.).

Нормативні правила спілкування (відповідають на питання "як треба? як прийнято?"). Правила мовного впливу як способи впливу на співрозмовника і відповідь на питання "як краще? як ефективніше?".

Принципи спілкування як найбільш загальні, глобальні правила, дотримання яких в тому чи іншому суспільстві звично або необхідно і забезпечує ефективність як спілкування взагалі, так і мовного впливу (принцип кооперації П. Грайса, принцип гармонізації спілкування (А. Михальска), принципи спілкування Д. Карнегі та ін.).

**Тема 5. Емоційний інтелект як засаднича складова в побудові сучасних комунікацій та комунікацій майбутнього**.

Роль та ресурс EQ в комунікації. Основні компетенції емоційного інтелекту: самоусвідомлення (розуміння себе), управління собою, розуміння іншого, управління стосунками та інструменти їх реалізації в професійній комунікації.

Характеристики сучасного інформаційного простору (комерціалізація, монополізація, приватизація, інтернаціоналізація тощо). VUCA-світ та його властивості.

**Тема 6. Анатомія кризи. Деструктивні та конструктивні аспекти.**

Фактори, які впливають на появу / розвиток / зникнення кризи. Анатомія кризи (причина, тригер, розв’язка). Симптоми та маркери кризи. Чи завжди криза є загрозою / лише загрозою? Криза як проблема /криза як можливість. Криза і конфлікт.

**Тема 7. Типи та види криз. Міфи про кризу.**

Класифікація криз. Філософські аспекти аналізу кризових явищ.

**Змістовний модуль II. Антикризовий менеджмент**

**Тема 8. Комунікації під час кризи: завдання та можливості.**

Основні завдання антикризової комунікації. Інформування громадян, надання достовірної та своєчасної інформації про кризу. Управління громадською думкою про кризу, про те, як політики, партії чи уряди відповідають за неї. Обмеження тривалості або зменшення впливу кризи, з чіткими інструкціями, що робити або як допомогти. Відновлення впевненості та забезпечення перспектив у майбутньому.

Можливості комунікації у кризових ситуаціях: конструктивні (попередження, мобілізація допомоги, зменшення негативних наслідків та ін.); деструктивні (збільшення паніки, поширення міфів та дезінформації, конфлікти та розколи суспільства тощо).

**Тема 9. Інструменти антикризових комунікацій.**

Новини у традиційному форматі, прес-конференції, прес-релізи, інтерв’ю, спростування, корпоративні видання, спонсорство, лобіювання, судові позови, управління чутками тощо.

Універсальні принципи ефективної письмової комунікації: тактовність, персональність, позитивність, активність, цілісність, зв'язність, ясність, стислість, легкість для читання, уніфікація, ситуаційність (переконливий лист, лист з поганою новиною, інструкція і так далі).

**Тема 10. Планування та реалізація антикризової комунікації.**

Ключові етапи в управлінні кризовими ситуаціями: попередження та профілактика; готовність реагувати; механізми, методи та основні засоби реагування; після кризове відновлення.

[PR-стратегії](https://megamarketing.com.ua/strategiya/) під час кризи: регресивні (ігнорування кризи); агресивні (розробка та впровадження PR-кампаній, спрямованих проти «кривдників»); оборонні (виправдання перед суспільством (громадськістю), розробка заходів, спрямованих на подолання кризи, уникнення негативних наслідків, перемикання уваги суспільства із загостреної проблеми на іншу — не пов’язану з діяльністю компанії); комбіновані (поєднання декількох стратегій).

**Тема 11. Основні уміння, що потрібні під час антикризових комунікацій.**

Вміння викликати довіру. Вміння переконувати. Вміння чути і слухати. Вміння заспокоїти, надихнути, активізувати для конкретної потрібної діяльності. Вміння діяти в хаосі та невизначеності та ін.

Правило CAP: Concern, Action, Perspective (занепокоєння, дії, перспективи).

**Тема 12. Алгоритм антикризової комунікації.**

Антикризове повідомлення організації. Структура офіційного повідомлення та порядок пріоритетів. Правила написання офіційного антикризового повідомлення організації. Практичні кейси.

**Тема 13. Захист від недостовірної інформації.**

Боротьба з чутками, стереотипами, пропагандою та маніпуляціями. Важливість критичного мислення.

Захист від поширення недостовірної інформації. Спростування недостовірної інформації в ЗМІ. Заборонені методи подолання кризи. Відновлення репутації в середній і довгостроковій перспективі. Генерація позитивних інформаційних приводів. Експертна думка.

**Тема 14. Як переконують, слухають і чують під час кризи різні типи людей.**

Що і як впливає на людей під час комунікації. Чому інформація по-різному сприймається різними людьми (відповідно до життєвого та професійного досвіду, освіти, соціально-економічного рівня, темпераменту та ін.).

**Тема 15. Антикризові комунікації в умовах війни.**

Особливості масових комунікацій, протидія пропаганді та маніпуляціям в умовах інформаційної війни.

Кризи, спричинені російсько-українською війною: аналіз сучасних подій, позитивних прикладів якісної антикризової комунікації на рівні держави, області, міста.

**Тема 16. Основні помилки при комунікації. Практичні кейси. Підсумки.**

Нерішучість, некомпетентність. Відсутність належного рівня підготовки. Відхід від прямих відповідей, що породжує відчуття нечесності й нечутливості. Демагогія. Конфронтація. «Переключення уваги». Проведення заходів, що збільшують напругу та привертають увагу (наприклад, судовий розгляд). «Пасивна крайність», «активна крайність». Перенесення акцентів та нівелювання події.