



СМ 418

ПРАКТИКУМ ПО ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА II ЧАСТ

Приета: прот.№ 35/03.06.2010 г., актуализирана с прот.№ 14/07.03.2016 г.

Лектор: гл. ас. д-р Милен Филипов

АНОТАЦИЯ

Практикум по връзки с обществеността II част: Кризисен PR е курс, който въвежда студентите от бакалавърска степен „Връзки с обществеността” в корпоративните кризисни комуникации, като развиване на практически умения за локализиране, овладяване и преодоляване на кризисни ситуации.

Курсът разглежда кризисните комуникации, жизнения цикъл на кризата (от гледна точка на медийното отразяване във времето), различните подходи в кризисния мениджмънт, оценка на риска, действията и комуникациите по време на криза, основните характеристики на слуховете и начините за противодействие

ОСНОВНИ ЦЕЛИ И ИЗХОДНИ УЧЕБНИ РЕЗУЛТАТИ

Основните цели на този курс са студентите да разберат природата и важността на кризите от организационна и лидерска гледна точка; да развият диагностични умения за ранно разпознаване и предотвратяване на развитието на негативни за организацията ситуации в неконтролируеми кризи; практически да овладеят техниките за оценка на риска; да приложат на практика всички аспекти на кризисния мениджмънт, възстановяването от криза и организационна устойчивост в един общ антикризисен план.

Изходните учебни резултати се изразяват в: познаване на видовете кризи, техните основни характеристики; прилагане на основни действия и комуникации по време на криза; познаване на жизнения цикъл на кризата от гледна точка на медийното отразяване; разработване на буферни и основни послания; ефективно комуникиране с медиите чрез прилагане на базисни похвати.

ПРЕДПОСТАВКИ

Дисциплината не предполага задължително предварително слушане на други дисциплини.

СТАТУТ И СТРУКТУРА

специалност	статут	Кредити	редовно обучение				задочно обучение			
			л	с	у	общ	л	с	у	Общ
Журналистика и връзки с обществеността	Задължителна	3	30		30		15		15	
Връзки с обществеността	Задължителна	3	30		30		15		15	

СЪДЪРЖАНИЕ НА КУРСА

Тема 1. Теория на кризисните комуникации

Тема 2. Същност на кризата: криза, риск, конфликт; видове кризи, нива на кризата.

Тема 3. Оценка на риска: нива на риска; действия съответстващи на нивото на риска.

Тема 4. Форсмажорни фактори и слаби сигнали (симптоми) на кризата: същност, интерпретиране.

Тема 5. Жизнен цикъл на кризата (през призмата на медийното отразяване във времето: латентна, фаза на предотвратяване, остра фаза, фаза на поуки, фаза на възстановяване.

Тема 6. Управление на информацията и медиите по време на криза: традиционни и нови медии; „Аз-репортерът“; медиа мониторинг; контент анализ.

Тема 7. Целеви публики: вътрешни и външни; пряко засегнати и непряко засегнати; интереси на публиките.

Тема 8. Комуникации по време на криза: преди, по време, след; буферни послания, принципа „един глас“.

Тема 9. Антикризисен план: основни компоненти, антикризисни екипи, роли; сценарии.

Тема 10. Слухове: същност, подходи за неутрализиране.

Тема 11. Етични измерения в публичните комуникации. Казуси

ПЛАНИРАНИ УЧЕБНИ ДЕЙНОСТИ И МЕТОДИ НА ОБУЧЕНИЕ

Учебните дейности включват задания, мини тестове.

Методите на обучение, които се прилагат са казус, дискусия, берйнсторминг и др.

МЕТОДИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

Оценяването се извършва на база аудиторни задания и тест с отворени и затворени въпроси. Студентите разработват заданията в екип от двама или трима студенти. Всяко задание носи равен брой точки и трябва да бъде качено в Moodle рамките на зададения период. За оформяне на крайната оценка всеки студент попълва тест с отворени и затворени въпроси.

Крайната оценка се формира на база общия брой точки от заданията и точките получени на теста.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Алексиева, С. Пъблик рилейшънс: Книга за онова, което не може да се купи, а трябва да се спечели , С., НБУ, 2008.
2. Докова. С, Петров, К. Комуникации и връзки с обществеността, С., Тракия-М, 2007.
3. Люки, Р. Управление на кризи : Прогнозиране и преодоляване, С., Класика и стил, 2006
4. Ставрев, С. Кризата в публичния мениджмънт : или как популизъм и корупция провалят реформите и подриват доверието към политическата демокрация, С., Класика и стил, 2007
5. Кътлип, С., Сентър, А., Бруум, Г., Ефективен пъблик рилейшънс, С., Рой комюникейшън, 2007.
6. О'Хара, К. Доверието: новата криза на обществото, С., Кръгзор, 2004

7. Пачева, В. Кризата под контрол. Корпоративна комуникация в кризисна комуникация, С., М-8-М, 2009
8. Скот, Д. Новите правила в маркетинга и ПР, С., Рой комюникейшън, 2009.
9. Стойков, С. Управление на връзките с обществеността, С., УНСС, 2007.
10. Харис, Т., Уолън, П. ПР през XXI век, С., Рой комюникейшън, 2009.
11. Христов, Ч. Убеждаване и влияние, С., Сиела Софт енд Паблишинг, 2008.
12. Ярних, В. Успешно управление в условия на криза, С., СофтПрес, 2007
13. Anthonissen, P. Crisis Communication: practical PR strategies for reputation management and company survival, London, Kogan Page, 2008



СМ 418

ПРАКТИКУМ ПО ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА II ЧАСТ

Лектор: гл. ас. д-р Милен Филипов

1. Теория на кризисните комуникации
2. Същност на кризата: криза, риск, конфликт; видове кризи, нива на кризата.
3. Оценка на риска: нива на риска; действия съответстващи на нивото на риска.
4. Форсмажорни фактори и слаби сигнали (симптоми) на кризата: същност, интерпретиране.
5. Жизнен цикъл на кризата (през призмата на медийното отразяване във времето: латентна, фаза на предотвратяване, остра фаза, фаза на поуките, фаза на възстановяване.
6. Управление на информацията и медиите по време на криза: традиционни и нови медии; „Аз-репортерът“; медиа мониторинг; контент анализ.
7. Целеви публикации: вътрешни и външни; пряко засегнати и непряко засегнати; интереси на публиките.
8. Комуникации по време на криза: преди, по време, след; буферни послания, принципа „един глас“.
9. Антикризисен план: основни компоненти, антикризисни екипи, роли; сценарии.
10. Слухове: същност, подходи за неутрализиране.
11. Етични измерения в публичните комуникации. Казуси.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Люки, Р. Управление на кризи: Прогнозиране и преодоляване, С., Класика и стил, 2006
2. Кътлип, С., Сентър, А., Бруум, Г., Ефективен пбблик рилейшънс, С., Рой комюникейшън, 2007.
3. Пачева, В. Кризата под контрол. Корпоративна комуникация в кризисна комуникация, С., М-8-М, 2009
4. Стойков, С. Управление на връзките с обществеността, С., УНСС, 2007.
5. Харис, Т., Уолън, П. ПР през XXI век, С., Рой комюникейшън, 2009.
6. Христов, Ч. Убеждаване и влияние, С., Сиела Софт енд Пабблишинг, 2008.
7. Ярних, В. Успешно управление в условия на криза, С., СофтПрес, 2007
8. Anthonissen, P. Crisis Communication: practical PR strategies for reputation management and company survival, London, Kogan Page, 2008.