

З А Т В Е Р Д Ж У Ю
Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи
_____ О. Б. Жильцов
« » _____ 2025 року

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

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА
Код ЄДРПОУ 45307995
Програма № 0488/25
Назва як відділу моніторингу якості освіти
Нісевич
(підпис) (прізвище, ініціали)
« 20 25 »

Київ – 2025

Розробник:

Харамурза Дар'я Вікторівна, доктор філософії з журналістики

Викладач:

Ілюк Тетяна Василівна, кандидат історичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

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

Протокол №1 від 26 серпня 2025 р.

Завідувач кафедри Новохатько Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю»

_____ 2025 року

Гарант освітньо-професійної програми М. М. Нетреба М. М. Нетреба

Робочу програму перевірено

_____ 2025 року

Заступник декана Факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Р.В.Дьяченко Р.В.Дьяченко

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ)_____, «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ)_____, «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ)_____, «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ)_____, «__»__20__ р., протокол № _____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	основна	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів / годин	2 / 60	-
Курс	4	-
Семестр	7	-
Кількість змістових модулів з розподілом	2	-
Обсяг кредитів	2	-
Обсяг годин, в тому числі:	60	-
Аудиторні	28	-
Модульний контроль	4	-
Семестровий контроль	10	-
Самостійна робота	18	-
Форма семестрового контролю	іспит	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – ознайомити здобувачів вищої освіти з сучасними засадами управління антикризовими комунікаціями та сформувати відповідні професійні навички.

Завдання дисципліни розвивати такі загальні та спеціальні компетентності:

- **ЗК 2.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- **ЗК 6.** Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- **ЗК 7.** Здатність працювати в команді.
- **ЗК 11.** Здатність спілкуватися державною мовою.
- **СК 1.** Здатність формувати інформаційний контент.
- **СК 4.** Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.
- **СК 5.** Здатність ефективно просувати створений медійний, рекламний та PR-продукт.
- **СК 6.** Здатність до провадження безпечної медіадіяльності та професійної дії в умовах кризових комунікацій.
- **СКУ 7.** Здатність виконувати аналітико-прогностичну діяльність на основі дослідження сучасного інформаційного ринку.

Діяльність (робота) здобувачів вищої освіти в Центрах компетентностей:

- Центр мультимедійних технологій;
- Інформаційно-аналітичний центр.

3. Результати навчання за дисципліною

Дисципліна «Управління проєктами в сфері соціальних комунікацій: Управління антикризовими комунікаціями» спрямована на досягнення таких результатів навчання:

- **РН 2.** Застосовувати знання зі сфери реклами та зв'язків з громадськістю для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.
- **РН 6.** Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.
- **РН 7.** Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.
- **РН 11.** Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.
- **РН 13.** Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук.
- **РН 16.** Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.
- **РН 17.** Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.
- **РН 18.** Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.
- **РНУ 19.** Проводити якісні та кількісні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю з метою ефективного просування рекламного та PR-продукту.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

№ з/п	Назви модулів і тем	Кількість годин						
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Самостійної роботи	Семестрового контролю
Модуль І.								
ОСНОВИ АНТИКРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ								
1	Кризи в сучасному соціально-комунікаційному просторі	6	4	2	2		2	
2	Репутаційна криза: причини, ризики, реагування	10	6	2	2	2	4	
3	Управління репутаційними ризиками	8	4		2	2	4	
	Модульний контроль	2						
	Разом за модулем І	26	14	4	6	4	10	
МОДУЛЬ ІІ.								
АНТИКРИЗОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ								
4	Стратегії антикризового реагування	8	6	2	2	2	2	
5	Розроблення антикризової комунікаційної стратегії компанії	8	4		2	2	4	
6	Організація ефективної антикризової комунікації	6	4	2	2		2	
	Модульний контроль	2						
	Разом за модулем ІІ	24	14	4	6	4	8	
	Екзамен	10						10
	Разом за навчальним планом	60	28	8	12	8	18	10

5. Програма навчальної дисципліни

Модуль I.

ОСНОВИ АНТИКРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Тема 1. Кризи в сучасному соціально-комунікаційному просторі

Комунікація в умовах VUCA-світу та BANI-світу. Поняття кризи та кризової ситуації. Фактори, що сприяють появі кризи. Криза і конфлікт. Ознаки кризи. Класифікація криз. Кризові ситуації, можливі всередині організації. Кризові ситуації залежно від динаміки протікання. Класифікація криз Сема Блека. Типи криз за походженням. Антикризовий піар. Антикризовий менеджмент. Роль комунікації у подоланні кризових ситуацій.

Тема 2. Репутаційна криза: причини, ризики, реагування

Поняття репутації. Репутація як нематеріальний актив компанії. Світові тенденції, які впливають на формування репутації компанії. Управління репутацією. Вплив репутації на розвиток компанії та її позиції на ринку. Напрацювання та збереження позитивної репутації у громадськості. Репутаційні кризи. Репутаційні ризики. Профілактика кризи репутації. Нейтралізація негативу. Відновлення репутації в середній і довгостроковій перспективі.

Тема 3. Управління репутаційними ризиками

Матриця репутаційних ризиків. Репутаційні ризики за ступенем імовірності. Класифікація та оцінка ризиків. Критерії публічності та значущості. Ключові чинники, що впливають на масштаб кризових ситуацій. Оцінка ризиків. Управління репутаційними ризиками як важлива складова антикризових комунікацій.

МОДУЛЬ II.

АНТИКРИЗОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ

Тема 4. Стратегії антикризового реагування

Етапи розвитку кризи. Етапи розвитку репутаційної кризи. Антикризова стратегія. Ресурси антикризової піар-кампанії. Функції піар-фахівця в умовах кризи. Створення плану управління ризиками та комунікацією компанії. Сценарії антикризової стратегії. Основні етапи антикризової стратегії. Докризові заходи. План дії під час кризи. Посткризові заходи. Аналіз результатів антикризової кампанії. Етичні питання під час антикризового реагування.

Тема 5. Розроблення антикризової комунікаційної стратегії компанії

Антикризове управління. Антикризові заходи. Стратегія антикризового реагування компанії. Розроблення типології можливих криз підприємства. Аналіз ризиків і підготовка карти ризиків. Програма заходів подолання кризових ситуацій. Створення команди антикризового врегулювання. Складання списку сторонніх авторитетних осіб («адвокатів бренду») організації. Забезпечення контролю над поширенням інформації через медіа. Аналіз дій, комунікацій та їх ефективності. Посткризовий період.

Тема 6. Організація ефективної антикризової комунікації

Принципи побудови ефективної комунікації в умовах кризи. Антикризове повідомлення. Формула САР. Повідомлення для різних груп громадськості під час антикризового реагування. Особливості комунікації з внутрішньою та зовнішньою аудиторією. Базовий план дій на час кризи. Обов'язкові фактори реагування під час кризи. Сприйняття кризи громадськістю. Оцінка тональності повідомлень під час антикризової комунікації. Спілкування з медіа в кризовий період. Загальні помилки під час комунікації в умовах кризи. План дій у перші

години кризи. Принцип One Voice в антикризовій комунікації. Ефективна комунікація в умовах кризи. Робота з чутками в антикризовій комунікації. Захист від поширення недостовірної інформації в умовах кризи. Спростування недостовірної інформації. Репутаційний аудит внутрішніх та зовнішніх комунікацій. Посткризова комунікація.

6. Контроль навчальних досягнень

За наявності сертифікатів проходження курсів чи тренінгів, що відповідають тематичним блокам змістових модулів курсу, здобувачам можуть бути зараховані результати неформальної освіти.

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль I		Модуль II	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекційного заняття	1	2	2	2	2
Відвідування семінарського заняття	1	2	2	2	2
Робота на семінарському занятті	10	2	20	2	20
Відвідування практичного заняття	1	3	3	3	3
Робота на практичному занятті	10	3	30	3	30
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10
Виконання модульної контрольної роботи	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>			92		92
Максимальна кількість балів	184 бали				
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $184 : 60 = 3,06$ Студент набрав: 178 балів Оцінка: $178 : 3,06 = 58$ балів				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Модуль I

ОСНОВИ АНТИКРИЗОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Самостійна робота 1, 2

1. Навести приклад реальної репутаційної кризи.
2. Розібрати наведений кейс репутаційної кризи.

Модуль II

АНТИКРИЗОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ

Самостійна робота 3, 4

1. Оберіть будь-який бренд чи публічну особу, які часто потрапляють у кризові ситуації.
2. Назвіть основні помилки в комунікації обраного бренду чи публічної особи, які провокують кризи.

Критерії оцінювання самостійної роботи:

- 1) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 2) ознайомлення з базовими та додатковими рекомендованими джерелами;
- 3) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій;
- 4) логіка, структура, стиль викладу та повнота відповіді на питання, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- 5) творчий підхід, якість і самостійність виконання завдання.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним здобувачем вищої освіти. Модульний контроль передбачає виконання практичних завдань за темами поточного модуля для перевірки набутих знань та навичок.

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

Кількість модульних контрольних робіт із навчальної дисципліни – 2, виконання кожної роботи є обов'язковим.

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

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

- 1) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 2) ознайомлення з базовими та додатковими рекомендованими джерелами;
- 3) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій;
- 4) логіка, структура, стиль викладу та повнота відповіді на питання, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- 5) творчий підхід, якість і самостійність виконання завдання.

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 здобувачів відбувається в межах комплексного іспиту.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Дайте визначення поняттю «криза».
2. Визначте фактори, що сприяють появі кризи.
3. Назвіть типи криз відповідно до відомих вам класифікацій.
4. Поясніть, який вплив має репутація на розвиток компанії та її позиції на ринку.
5. Охарактеризуйте категорії ризиків.
6. Проаналізуйте критерії оцінювання ризиків.
7. Охарактеризуйте основні етапи антикризової стратегії.
8. Розкрийте сутність докризових заходів.
9. Поясніть специфіку формування карти ризиків
10. Охарактеризуйте основні принципи антикризового управління.
11. Визначте загальні помилки комунікації з медіа та аудиторією під час кризи.
12. Розкрийте особливості комунікації з різними цільовими аудиторіями в умовах кризи.
13. Охарактеризуйте специфіку спілкування з масмедіа в кризовий період.
14. Визначте обов'язкові фактори реагування під час кризи.
15. Назвіть правила реагування в перші вісім годин кризи.
16. Складіть план дії для компанії під час кризи.
17. Охарактеризуйте правила і потреби комунікацій під час розгортання тривалої і непрогнозованої кризи.
18. Розкрийте суть правила CAP для написання офіційного антикризового повідомлення організації.
19. Назвіть обов'язкові посткризові заходи.
20. Проаналізуйте значення відновлення репутації в середній і довгостроковій перспективі.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів	Рейтингова оцінка
Відмінно	100 – 90	A
Дуже добре	82 – 89	B
Добре	75 – 81	C
Задовільно	69 – 74	D
Достатньо	60 – 68	E
Незадовільно з можливістю повторного складання	59 – 35	FX
Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	34 – 0	F

7. Рекомендовані джерела

Основні:

1. Біденко С., Золотаревич І. Репутаційний антистрес. Інструктор для власників і топ-менеджерів бізнесу. Київ : Yakaboo Publishing. 2021. 224 с.
2. Коулман А. Стратегії кризових комунікацій. Як готуватися заздалегідь, ефективно реагувати та цілком відновлюватися ; пер. з англ. Харків : ВД Фабула, 2023. 200 с.
3. Хігні Дж. Основи управління проєктами ; пер. з англ. Я. Машико. Харків : ВД Фабула, 2021. 272 с.

Додаткові:

1. Берещак В. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією. Київ : Yakaboo Publishing. 2023. 200 с.
2. Гайович Г., Шихненко К., Арехтейчук О. Кризова комунікація: зарубіжний досвід і реалії України. *Науковий вісник: Державне управління*. № 2 (14). 2023. URL: <https://nvdu.undicz.org.ua/index.php/nvdu/article/view/324/288> (дата звернення 23.08.2025).
3. Дзяна Г. Дзяний Р. Управління комунікаціями в умовах криз. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. № 2, 2022. URL: <https://chasopys-ppp.dp.ua/index.php/chasopys/article/view/184/161> (дата звернення 23.08.2025).
4. Єргін Д. Нова карта світу. Енергетика, клімат, конфлікти. Київ : Лабораторія. 2022. 520 с.
5. Загорулько Є., Олтаржевський Д. Корпоративні комунікації: свіжий погляд. Київ : Арт Економі, 2023. 360 с.
6. Коник Д. Довіра громади: кризові комунікації органів місцевого самоврядування : практичний посібник. URL: <http://pleddg.org.ua/wpcontent/uploads/2020/12/Crisis-communications-guide.pdf> (дата звернення: 20.08.2025).
7. Мудрак Л. Комунікація і криза. Як громадам протистояти викликам і успішно діяти в період кризи. URL: <https://decentralization.ua/uploads/library/file/663/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%D1%96%D0%BA%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B0-%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%9B%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%9C%D1%83%D0%B4%D1%80%D0%B0%D0%BA.pdf> (дата звернення: 21.08.2025).

8. Осипенко Н. А. Вплив кризових ситуацій на інтегровані маркетингові комунікації та внутрішнє середовище підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. Вип. 48. 2023. URL: <https://www.ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/804/771> (дата звернення 28.08.2025).
9. Стариченко В. Хто такий кризовий менеджер і чим він займається. *Happy Monday*. URL: <https://happymonday.ua/hto-takyj-kryzovyj-menedzher> (дата звернення: 21.08.2025).

8. Навчально-методична картка дисципліни «Управління проєктами в сфері соціальних комунікацій: Управління антикризовими комунікаціями»

Разом: 60 год., лекції – 8 год., семінарські заняття – 8 год., практичні заняття – 12 год., самостійна робота – 18 год., мод. контроль – 4 год., екзамен – 10 год.

Модулі	Модуль І			Модуль ІІ		
Назва модуля	Основи антикризових комунікацій			Антикризові комунікаційні стратегії		
Кількість балів за модуль	92			92		
Лекції	Відвідування – 2 б., з них:			Відвідування – 2 б., з них:		
Теми лекцій	Кризи в сучасному соціально-комунікаційному просторі	Репутаційна криза: причини, ризики, реагування		Стратегії антикризового реагування	Організація ефективної антикризової комунікації	
Теми семінарських занять	Репутаційна криза: причини, ризики, реагування	Управління репутаційними ризиками		Стратегії антикризового реагування	Розроблення антикризової комунікаційної стратегії компанії	
Теми практичних занять	Кризи в сучасному комунікаційному просторі	Репутаційна криза: причини, ризики, реагування	Управління репутаційними ризиками	Стратегії антикризового реагування	Розроблення антикризової комунікаційної стратегії компанії	Організація ефективної антикризової комунікації
Самостійна робота	Самостійна робота 1, 2 – 10 б.			Самостійна робота 3,4 – 10 б.		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота №1 – 25 б.			Модульна контрольна робота №2 – 25 б.		
Підсумковий контроль	Всього 184 бали					