

Антикризисные коммуникации и управление репутацией в бизнесе и политике. Практические инструменты

Проникновение цифровых технологий практически во все сферы экономики привело к появлению как новых угроз, способных нанести серьезный урон репутации организации в обществе, так и к одновременному возникновению возможностей по усилению позиций. Тот, кто умеет грамотно использовать новейшие инструменты в управлении кризисом, получает стратегическое преимущество. В программе курса разбираются ключевые инструменты и варианты стратегических решений для специалистов и руководителей, желающих кардинально изменить стратегию поведения, создать позитивное отношение к компании и суметь обратить кризисную ситуацию в свою пользу в долгосрочной перспективе.

Дата проведения: Открытая дата

Вид обучения: Курс повышения квалификации

Формат обучения: Дневной

Срок обучения: 2 дня

Продолжительность обучения: 16 часов

Место проведения: г. Москва, ул. Золотая, д. 11, бизнес-центр «Золото», 5 этаж. Всем участникам высыпается подробная схема проезда на семинар.

Для участников предусмотрено: Методический материал, кофе-паузы.

Документ по окончании обучения: По итогам обучения слушатели, успешно прошедшие итоговую аттестацию по программе обучения, получают Удостоверение о повышении квалификации в объеме 16 часов (в соответствии с лицензией на право ведения образовательной деятельности, выданной Департаментом образования и науки города Москвы).

Для кого предназначен

Руководителей подразделений и специалистов по рекламе и связям с общественностью, маркетингу и всех заинтересованных лиц, как коммерческих организаций, так и сферы государственного и муниципального управления.

Цель обучения

Научиться применять новейшие инструменты коммуникации в управлении кризисом.

Результат обучения

В результате обучения слушатели:

- Поймут сущность кризиса, разберут основные стадии процесса кризиса.
- Ознакомятся с возможными тактическими и стратегическими решениями в области антикризисных коммуникаций.
- Научатся организовывать работу антикризисной команды.
- Освоят основные средства коммуникаций в кризисных ситуациях.
- Научатся разрабатывать антикризисный план компании.
- Научатся работать с практическими инструментами антикризисных коммуникаций.
- Освоят методы противодействия информационным атакам и «черным» PR-технологиям.

Это мероприятие можно заказать в корпоративном формате (обучение сотрудников одной компании).

Программа обучения

Характеристика понятия «Кризис».

- Кризис в-PR.
- Причины возникновения кризисов.
- Положительные и-отрицательные аспекты кризисных ситуаций.
- Стадии процесса кризиса.
- Классификация кризисов.
- Цветовая шкала кризисов.

Стратегия и-тактика антикризисных коммуникаций.

- Сущность и-сфера применения антикризисного менеджмента.
- Понятие «антикризисная коммуникация».
- Цели, задачи и-функции антикризисных коммуникаций как инструмента антикризисного менеджмента.
- Основные средства коммуникаций в-кризисных ситуациях.
- Установление партнерских отношений компаний со-СМИ.
- Золотой стандарт антикризисных коммуникаций.
- Правило «Тайленола».
- Алгоритм работы антикризисной команды в-кризисной ситуации.
- Процесс разработки и-содержание антикризисного плана компании.
- Виды и-критерии выбора антикризисных стратегий.
- Стратегии поведения компании в-кризисных ситуациях.
- Стратегии защиты деловой репутации компании.
- Стратегии преодоления внутриорганизационных кризисов.

Практические инструменты антикризисных коммуникаций.

- Антикризисные коммуникации организации через информационные и-тематические сайты.
- Антикризисные коммуникации организации в-социальных сетях и-блогах.
- Принципы управления кризисами.
- Состав и-задачи антикризисной команды.
- «Белый» и-«Черный» PR-в-СМИ для разрешения кризисных ситуаций.
- Устранение последствий негативного освещения кризиса в-СМИ.
- Корпоративный сайт как средство антикризисных коммуникаций.
- Методы противодействия информационным атакам и-«черным» PR-технологиям, в-том числе с-использованием новых медиа.
- Методы работы с-хейтерскими атаками в-интернете.
- Управление слухами.
- Обратная связь с-потребителем.
- Принципы PR-работы с-потребителями.
- Ребрендинг как метод антикризисного реагирования.

Практикумы.

Преподаватели

ПОЛУНИНА Ольга Сергеевна

Руководитель основной образовательный программы в магистратуре Российского государственного социального университета, доцент кафедры массовых коммуникаций, канд. ист. наук. Проводит мастер-классы и тренинги в МГУ, ВШЭ. Член международных образовательных организаций. Эксперт программ уровня Executive MBA.