

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Волинський національний університет імені Лесі Українки**  
**Факультет філології та журналістики**  
**Кафедра соціальних комунікацій**

**СИЛАБУС**  
**вибіркового освітнього компонента**

**АНТИКРИЗОВІ КОМУНІКАЦІЇ**  
**ДЛЯ БІЗНЕСУ, УРЯДОВИХ ТА НЕПРИБУТКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ**

**підготовки бакалавра**

Луцьк  
2025

Силабус освітнього компонента «Антикризові комунікації для бізнесу, урядових та неприбуткових організацій» підготовки здобувачів освіти **бакалавра**.

**Розробник:**

Новосад Ірина Володимирівна, викладачка кафедри соціальних комунікацій

**Погоджено**

Гарант освітньо-професійної програми  
«Журналістика і міжкультурна комунікація»



доц. М. А. Рожило

Гарант освітньо-професійної програми  
«Реклама та зв'язки з громадськістю»



доц. О. Л. Тербус

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри соціальних комунікацій протокол № 1 від 28 серпня 2025 р.

Завідувач кафедри:



доц. О. Л. Тербус

## I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
<b>Денна форма навчання</b>	С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»	<b>Вибірковий</b>
		<b>Рік навчання 2</b>
<b>Кількість годин/кредитів</b> 150/5	С 7 «Журналістика»  «Журналістика і міжкультурна комунікація», «Реклама та зв'язки з громадськістю»  Бакалавр	<b>Семестр 4</b>
		<b>Лекції 10 год</b>
		<b>Практичні (семінарські) 20 год</b>
		<b>Самостійна робота 110 год</b>
		<b>Консультації 10 год</b>
<b>ІНДЗ: немає</b>		<b>Форма контролю: залік</b>
<b>Мова навчання</b>		<b>Українська</b>

## II. Інформація про викладача

**Новосад Ірина Володимирівна:** консультантка зі стратегічного маркетингу, комунікацій та PR, співзасновниця Центру маркетингу «Концепторія», спікерка курсу «Старт у світ PR» комунікаційної академії «КомА», менторна національних акселераційно-освітніх програм «Дія.Бізнес», викладачка кафедри соціальних комунікацій.

тел. 050 130 47 09, електронна пошта: [novosad.irynav@gmail.com](mailto:novosad.irynav@gmail.com)

## III. Опис дисципліни

### 1. Анотація курсу

Силабус освітнього компонента складено відповідно до освітньо-професійної програми «Журналістика і соціальні комунікації» підготовки здобувачів освіти першого (бакалаврського) рівня галузі знань С7 Журналістика.

Курс присвячений вивченню процесів управління комунікаційними кризами в бізнесі, державному управлінні та громадському секторі.

Студенти отримають практичні інструменти та навички для створення антикризових планів, реагування на репутаційні загрози, організації командної роботи в кризових ситуаціях, формування меседжів та аналізу репутаційних втрат.

## 2. Мета і завдання освітнього компонента

Метою викладання навчальної дисципліни є формування у студентів розуміння антикризової комунікації як ключової складової фахової діяльності журналіста, піарника, менеджера з комунікацій.

Основні завдання:

- Навчити розпізнавати, моделювати й запобігати кризовим ситуаціям;
- Ознайомити з інструментами та форматами антикризових комунікацій;
- Сформувати практичні навички планування, управління командою, комунікації під час стресу;
- Розвивати soft skills для роботи в емоційно напружених умовах.

## 3. Soft skills:

1. Вміння будувати довірливі стосунки.
2. Чіткість у формулюванні думок.
3. Розуміння потреб аудиторії в чутливих ситуаціях і кризових моментах.
4. Вміння адаптувати меседжі під емоційний стан слухачів.
5. Пошук унікальних ідей для кампаній.
6. Вміння працювати з нестандартними рішеннями.
7. Розуміння того, як може бути, коли ти працюєш в умовах жорсткого дедлайну та у сильному стресі.
8. Розуміння того, які є шляхи вирішення конфліктних ситуацій.
9. Аналіз інформації для ухвалення рішень.
10. Вміння знаходити слабкі місця в планах або стратегіях.
11. Гнучкість та адаптативність у нових умовах.
12. Швидке освоєння нових інструментів або методів.
13. Ефективна взаємодія з колегами, медіа та підрядниками.
14. Розуміння того, які лідерські навички потрібні для керівництва проектами та прийняття відповідальних рішень у кризових ситуаціях.

## 4. Структура освітнього компонента

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Лабор.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю/ Бали
<b>Змістовий модуль 1. Теорія антикризових комунікацій та підготовка до криз</b>						
<b>Тема 1.</b> Що таке комунікаційна криза? Ознаки, природа, типологія (операційні, репутаційні, внутрішні/зовнішні) Кейс-аналіз: #ПовернемоЕдіка vs. Volkswagen.	15	1	2	10	2	ДС/5
<b>Тема 2.</b> Запобігання кризам. Превенція: оцінка ризиків і пом'якшення наслідків. Ризики й система управління ними.	15	1	2	10	2	ДС/5

Таблиця ризиків на прикладі прикладі кейсу Tylenol.						
<b>Тема 3.</b> Підготовка антикризового плану. Елементи плану, що він має містити. Мапа стейкхолдерів.	13	1	2	10		ДС/5
<b>Тема 4.</b> Антикризовий штаб. Командна модель та ролі у ній. Організаційна структура і логістика.	13	1	2	10		ДС/5
<b>Тема 5.</b> Антикризовий штаб. Командна модель та ролі у ній. Організаційна структура і логістика.	13	1	2	10		ДС/5
Разом за модулем 1	69	5	10	50	4	40
<b>Змістовий модуль 2. Практика реагування та подолання криз</b>						
<b>Тема 6.</b> Алгоритм дій під час кризи. 10 кроків виходу з кризи. «Золота година» (15-30-60-90).	17	1	2	10	4	ДС, ДБ, РЗ/К/5
<b>Тема 7.</b> Розробка комунікаційних повідомлень. Фреймворк KREBS. Формати: для соцмереж, медіа, внутрішньої комунікації.	25	1	2	20	2	ДС, РЗ/К/5
<b>Тема 8.</b> Робота з медіа, критикою та хейтом. Tone of voice. Вибачення, публічна реакція, реакція на атаки.	13	1	2	10		ТР, РЗ/К/5
<b>Тема 9.</b> Внутрішні комунікації під час кризи. Як комунікувати з командою. Координація та синхронізація дій.	13	1	2	10		ДС, РЗ/К/5
<b>Тема 10.</b> Оцінка ефективності та післякризовий період. Чи завершилась криза? Висновки, трансформація, нова стратегія.	13	1	2	10		ДС, РЗ/К/5
Разом за модулем 2	81	5	10	60	6	50
<b>Види підсумкових робіт</b>						Бал
Контрольна робота						
<b>ІНДЗ</b>						
<b>Інше</b> Підсумкова презентація / кейс						50
<b>Всього годин/Балів</b>	150	10	20	110	10	100

Форма контролю\*: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач/кейсів, ІНДЗ/ІРС – індивідуальне завдання/індивідуальна робота здобувача освіти, РМГ – робота в малих групах, МКР/КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

## 6. Завдання до самостійної роботи

Самостійна робота здобувачів освіти в межах курсу «Антикризові комунікації для бізнесу, урядових та неприбуткових організацій» передбачає глибше занурення у тематичні аспекти, які були окреслені в лекційному та практичному матеріалі. Вона включає опрацювання теоретичних джерел, аналіз реальних кейсів, розробку прикладних антикризових рішень, перегляд відео- та медіаматеріалів, а також підготовку індивідуальних чи командних проєктів.

Здобувачі освіти самостійно:

- аналізують кризові комунікаційні кампанії українських і міжнародних організацій;
- формують антикризові плани для обраних типів організацій;
- моделюють карту стейкхолдерів для кризових ситуацій;
- створюють кризові меседжі для різних цільових аудиторій;
- вивчають досвід управління репутацією у публічній сфері.

Ефективність і результативність самостійної роботи здобувача освіти перевіряється під час практичних занять у форматі тематичних опитувань, презентацій, участі в дискусіях, тренінгових вправ або мініпідчів, і враховується при підсумковому оцінюванні за кожну тему.

№ з\п	Назва завдання	Години
1	Аналіз 3 кейсів криз в українських організаціях. Обговорення / мініпрезентація.	27
2	Карта стейкхолдерів у кризі. Візуальна схема.	27
3	Підготовка меседжів для трьох типів криз. Таблиця меседжів.	28
4	Створення базового антикризового плану у форматі підсумкової презентації.	28
	<b>Разом</b>	<b>110</b>

## IV. Політика оцінювання

Відвідування занять є обов’язковим елементом оцінювання та за нього нараховуються бали. У випадку об’єктивних причин (хвороба, участь в академічній мобільності, погіршення безпекових умов, участь в освітніх та наукових ініціативах тощо) навчання може реалізовуватися у змішаній формі (очно в аудиторії та дистанційно у zoom), проводитися онлайн чи за індивідуальним планом після погодження із викладачем.

Якщо здобувач освіти з поважних причин не відвідував певні аудиторні заняття, він має право їх відпрацювати та добрати визначену кількість балів під час консультацій.

Відповідно до системи бонусів (асистент викладача – 15 балів, написання та підготовка до друку наукової публікації на визначену викладачем тему у фаховому виданні – 15 балів, тези конференції – 5 балів) до поточного оцінювання можуть бути додані додаткові бали, але не більше 20 від загальних 100 балів.

Будь-які порушення принципу академічної доброчесності вважаються серйозним порушенням і неприпустимі.

Організація освітнього процесу регламентуються положеннями Волинського національного університету імені Лесі Українки (<https://ed.vnu.edu.ua/71-2/%D0%BD%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%96-%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8-%D0%B2%D0%BD%D1%83-%D1%96%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%96-%D0%BB%D0%B5%D1%81%D1%96-%D1%83/>).

## V. Підсумковий контроль

Підсумковий контроль відбувається у формі заліку.

Оцінювання знань здобувачів освіти здійснюється під час поточного контролю за результатами виконання видів робіт, передбачених у силабусі.

Якщо здобувач освіти виконав усі види навчальної роботи, визначені силабусом, залік буде виставлено за результатами поточної роботи.

### Перелік питань для підсумкового контролю

1. Що таке комунікаційна криза і як її розпізнати?
2. Які бувають типи криз у бізнесі, урядових та неприбуткових організаціях?
3. Які основні етапи розвитку комунікаційної кризи?
4. Що включає превентивне антикризове планування?
5. Як формується антикризовий штаб і які його функції?
6. Чому емоційна готовність комунікаційника важлива у кризових умовах?
7. Які є алгоритми дій у кризових ситуаціях?
8. Як створити ефективне комунікаційне повідомлення в умовах кризи?
9. Які існують принципи взаємодії з медіа під час кризи?
10. Як реагувати на публічну критику та хейт у соцмережах?
11. Яку роль відіграють внутрішні комунікації у кризовий період?
12. Як оцінюється ефективність антикризової комунікації?
13. Що таке карта стейкхолдерів і як її формувати?
14. Які є приклади ефективних кризових кампаній в Україні?
15. Які навички потрібні для професійного комунікаційника в умовах нестабільності?
16. Відмінності в комунікації для бізнесу, влади й ГО

### Шкала оцінювання знань здобувачів освіти вибіркового ОК

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка
90–100	Зараховано
82–89	
75–81	
67–74	

60–66	
0–59	Незараховано (необхідне перекладання)

## VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

### Основна література:

1. Coombs, W. Timothy. «Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding» (SAGE Publications).
2. Fearn-Banks, Kathleen. «Crisis Communications: A Casebook Approach».
3. Coleman, Amanda. «Crisis Communication Strategies: Prepare, Respond and Recover Effectively in Unpredictable and Urgent Situations» (Kogan Page, 2023).
4. Coleman, Amanda. «Everyday Communication Strategies» (Kogan Page, 2022).
5. Ukraine Crisis Media Center. Гайд для державних комунікаційників у кризових ситуаціях.
6. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки України. Рекомендації з кризових комунікацій в умовах воєнного стану.
7. Пиголенко І. В., Груба О. Г. «Медіація та антикризові комунікації як засоби вирішення конфліктів» (КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022).

### Додаткова література:

1. Harvard Business Review. «HBR Guide to Crisis Management».
2. James, Erika, & Wooten, Lynn. «Leading Under Pressure: From Surviving to Thriving Before, During, and After a Crisis».
3. Heath, R. L., & Johansen, W. «The International Encyclopedia of Strategic Communication».
4. González-Herrero, A., & Pratt, C. B. «Crisis management: A communication-based model» (Public Relations Review).
5. PR Army (<https://pr.army>) – аналітика, рекомендації, кейси з України.
6. Forbes Україна – кризові кейси українських брендів.
7. AIN.UA, MC.today, MMR – практичні кейси комунікацій та PR в українських реаліях.

### Рекомендована література для розвитку soft skills:

1. Rosenberg, Marshall. «Nonviolent Communication» (українською).
2. Карнегі, Дейл. «Як здобувати друзів і впливати на людей».
3. Hootsuite Blog / Buffer Blog – матеріали з антикризової присутності в соціальних мережах.
4. Google Analytics Academy – аналітика ефективності в онлайн-комунікаціях.