

Назва освітнього компонента	Кризові комунікації
Факультет	Факультет економіки, підприємництва та інформаційних технологій
Кафедра	Маркетингу
ПБ НПП або ПП, науковий ступінь, вчене звання (за наявності)	-
Рівень (рівні) вищої освіти	другий (магістерський)
Загальний обсяг освітнього компонента	3 кредити ЄКТС / 90 годин
Семестр (семестри) вивчення	3
Форма підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
Форми здобуття освіти та розподіл годин	Денна: лекції – 12 годин; практичні/семінарські/лабораторні – 12 годин; самостійна робота – 66 годин. Заочна: лекції – 6 годин; практичні/семінарські/лабораторні – 6 годин; самостійна робота – 78 годин. Дистанційна/дуальна (за наявності): дистанційна форма: лекції – 4 години; практичні/семінарські/лабораторні – 4 години; асинхронні заняття – 4 години; самостійна робота – 78 годин.
Коротка анотація та мета	Освітній компонент охоплює питання управління кризовими ситуаціями, аналітичної діяльності підприємства під час організації кризової комунікації, організації комунікації в умовах кризи, ролі PR у вирішенні кризових ситуацій та взаємодії з персоналом. Мета – формування у здобувачів теоретичної бази знань з основ кризового управління, практичних навичок ефективної взаємодії з цільовими групами в умовах кризової ситуації, використання засобів сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у антикризовому PR, формування морально-вольових якостей, стійкості, гнучкості та критичності мислення, необхідних для дій в умовах кризи.
Компетентності та/або результати навчання, що формуються або поглиблюються	Компетентності: • Навички міжособистісної взаємодії. • Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. • Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. Результати навчання: • Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. • Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
Пререквізити / рекомендований рівень підготовки	Рекламний менеджмент
Мінімальна та максимальна чисельність групи	-