

PR как инструмент кризис менеджмента

Жигун Мария Максимовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: zhigun.mariya@mail.ru

Что такое Public Relations?

- Обозначение вариативности определений понятия «PR» в современном мире
- Выделение одного-двух, наиболее современных и актуальных определений PR

Понятия и технология кризис менеджмента

- *Рассмотрение понятия «кризисный менеджмент», введение терминологии по этому понятию.*
- *Основные технологии*

Кризис менеджмент-специальное направление в Public Relations, допускающее возможность управления кризисной ситуацией, минимизирование степени неопределенности, риска и получение контроля над происходящим в компании. Кризис менеджмент занимается не столько преодолением объективного кризиса, сколько управлением кризисом, переводением его в мирное русло.

Кризисы и их структура

Структура кризиса с точки зрения PR(восемь стадий)

Функции и задачи PR службы в кризисных ситуациях

Общие принципы и стратегии антикризисной коммуникации компании

Прогрессивная компания оперативно реагирует на возникновение кризисной ситуации. Однако, кризис может возникнуть столь внезапно, что компания просто не будет иметь возможностей оперативно принять решения по его ликвидации. Поэтому необходимо выработать общие принципы и стратегию антикризисной коммуникационной программы, применимой в случае возникновения кризиса.

Инструменты и возможности PR в кризисной коммуникации

При помощи грамотной PR стратегии можно решить практически любую социально-политическую, экономическую, финансовую, организационную задачу. Но при наличии трех ресурсов и двух граничных условий (*введение специальной формулировки, направленной на быстрое решение кризисной проблемы*)

Манипулятивные технологии в кризис менеджменте

Определение понятия "манипуляция" в коммуникации, выделение основных приемов и принципов манипулятивных технологий в PR

Характеристика стратегий PR службы в кризисной ситуации(на примерах)

Рассмотрение реальных примеров выхода из кризисных ситуаций различных компаний

Источники и литература

- 1) В.Таничев ПРАКТИКА для пиарщика и руководителя
- 2) Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть // «Thesis», 1993, № 2
- 3) Афанасьев Г.Л. Crisis management - секретное оружие Запада в конкурентной борьбе // Российский рынок рекламы. Стратегия успеха: материалы международной конференции, Москва, 27-28 мая 1997 г.
- 4) Афанасьев Г.Л. Краткий курс Crisis Management (управление кризисами) // Советник, 1998-1999
- 5) Засурский И. Масс-медиа второй республики. - М.: Изд-во МГУ, 1999
- 6) Ольшевский А.С. Антикризисный PR и консалтинг. – СПб.: Питер, 2003.