

Nazwa wykładu: **Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi**

Prowadzący: **dr Magdalena Daszkiewicz (Instytut Marketingu)**

Czas trwania: **15 godz.**

### **Krótki opis kursu:**

Celem dydaktycznym przedmiotu jest zapoznanie studentów z możliwościami i procedurami zarządzania sytuacjami kryzysowymi. Program wykładu obejmuje zagadnienia pozwalające studentom:

- Identyfikować podstawowe kategorie związane z zarządzaniem sytuacjami kryzysowymi
- Poznać procedury zarządzania w sytuacji kryzysowej
- Określać problemy i dokonywać ich analizy
- Pozyskać umiejętność przygotowywania i wdrażania planów zarządzania kryzysem
- Zdobyć wiedzę i umiejętności związane z efektywnym prowadzeniem działań komunikacyjnych w różnych sytuacjach kryzysowych

Lepsze zrozumienie materiału jest możliwe dzięki wzbogaceniu wykładu o liczne przykłady i studia przypadków. W trakcie wykładu studenci otrzymują praktyczne wskazówki dotyczące postępowania przed, w trakcie i po sytuacji kryzysowej.

### **Zakres tematyczny**

#### **I. Wprowadzenie do zarządzania sytuacjami kryzysowymi**

1. Istota sytuacji kryzysowej – czym jest kryzys?
2. Wpływ kryzysów na pozycję przedsiębiorstw – zagrożenia i szanse
3. Czym jest zarządzanie sytuacjami kryzysowymi?
4. Charakterystyczne symptomy sytuacji kryzysowej i przebieg kryzysu
5. Uczestnicy kryzysu
6. Rodzaje sytuacji kryzysowych, ich źródła i czynniki sprzyjające ich rozwojowi
7. Cykl życia sytuacji kryzysowej

## **II. Przygotowanie firmy do sytuacji kryzysowych**

1. Planowanie w zarządzaniu kryzysem
2. Analiza potencjalnych sytuacji kryzysowych
3. Znaczenie koncepcji komunikowania ryzyka w działaniach prewencyjnych
4. Zespół kryzysowy i osoby wspierające
5. Zasady gromadzenia, obiegu i przekazywania informacji
6. Wprowadzenie w firmie systemu zarządzania sytuacjami kryzysowymi
7. Ocena przygotowania firmy do kryzysu

## **III. Procedury działania w warunkach kryzysu cz.1**

1. Ogólne zasady działania i komunikowania w sytuacji kryzysowej
2. Rozpoznanie i diagnozowanie sytuacji kryzysowej
3. Wyznaczanie celów działań
4. Plan komunikacji kryzysowej
5. Znaczenie liderów opinii i grup poparcia

## **IV. Procedury działania w warunkach kryzysu cz.2**

1. Identyfikacja kluczowych grup docelowych
2. Formułowanie głównych komunikatów
3. Wybór środków i kanałów przekazu
4. Wyznaczenie zespołów zadaniowych
5. Harmonogram działań
6. Monitorowanie kryzysu

## **V. Komunikacja w sytuacjach kryzysowych cz.1**

1. Sytuacja kryzysowa a media
2. Monitorowanie mediów – system wczesnego ostrzegania
3. Komunikacja w kryzysie z perspektywy prawnej
4. Ogólne zasady wystąpień w sytuacji kryzysowej
5. Język komunikacji kryzysowej – słownictwo i styl wypowiedzi

## **VI. Komunikacja w sytuacjach kryzysowych cz. 2**

1. Wypowiedzi, oświadczenia i wywiady w sytuacjach kryzysowych
2. Materiały dla mediów
3. Znaczenie i wykorzystanie centrum prasowego
4. Organizacja konferencji prasowych
5. Strona internetowa – narzędzie komunikacji w kryzysie
6. Komunikacja wewnętrzna i jej znaczenie w kryzysie

## **VII. Analiza przykładów sytuacji kryzysowych (przyczyny, działania, skutki) cz1.**

1. Kryzysy związane z produktem
2. Kryzysy związane z obsługą klientów
3. Kryzysy będące wynikiem komunikacji nieformalnej (plotki, czarny PR)
4. Kryzysy pracownicze

## **VIII. Analiza przykładów sytuacji kryzysowych (przyczyny, działania, skutki) cz. 2**

1. Kryzysy związane z zarządzaniem
2. Kryzysy finansowe
3. Kryzysy wywołane katastrofami i wypadkami losowymi
4. Kryzysy ekologiczne

Literatura podstawowa:

1. Larkin J., Regester M.: Zarządzanie kryzysem. PWE. Warszawa 2004
2. Mitroff I.I., Pearson C.: Zarządzanie sytuacją kryzysową, czyli jak ochronić firmę przed najgorszym, Business Press, Warszawa 1998
3. Nogalski B., Macinkiewicz H.: Zarządzanie antykryzysowe przedsiębiorstwem. Pokonać kryzys i wygrać. Difin, 2004
4. Smektała Sz.: Public relations w sytuacjach kryzysowych. Astrum. Wrocław 2000

Literatura dodatkowa:

1. Fearn-Banks K.: Crisis Communications. LEA, London 2002
2. Fink. S.: Crisis Management: Planning for the Inevitable. Backinprint.com. London 2000
3. Griese N. L.: How to Manage Organizational Communication During Crisis, Anvil Publisher 2001
4. Larkin J., Regester M.: Risk Issues and crisis management. A casebook of best practice. Kogan Page, London 2005
5. Mitroff I.I.: Why Some Companies Emerge Stronger And Better From A Crisis”, Amacom, 2005
6. Murdoch A.: Komunikowanie w kryzysie. Jak ratować wizerunek firmy, Poltext, Warszawa 2003
7. Sull D. N.: Firma przetrwania. Rekonstrukcja przedsiębiorstwa w obliczu kryzysu, Helion, Gliwice 2006