

Цель работы - анализ современных подходов использования PR-технологий в управлении конкретной кризисной ситуацией и разработка превентивных мер по преодолению кризисов для ОАО «Объединенная угольная компания «Южкузбассуголь».

Предмет - кризисный PR как функция управления кризисом.

Объект – кризисная коммуникация.

Эмпирический объект – авария на шахте «Ульяновская» в г. Новокузнецк Кемеровской области.

- **Кризис** – это некоторое непредвиденное событие, ставящее под угрозу стабильность компании и ее репутацию.
- **Антикризисный PR** – это набор стратегических и тактических действий по управлению информацией с целью предотвращения кризисов.
- **Кризисный PR** – это система коммуникативных технологий, используемых для преодоления кризисных ситуаций с наименьшими потерями для субъекта PR.

приведены определения автора

■ **СТРАТЕГИИ**

■ **1.1. Профилактика кризисов**

■ 1.1.1. Основные проблемы, которые могут возникнуть у компании

■ 1.1.2. Сценарии развития событий по каждой из проблем

■ 1.1.3. Превентивные меры для каждой из проблем

■ 1.1.4. Семинары, тренинги для персонала

■ **1.2. Если кризис наступил**

■ 1.2.1. Первые шаги во время кризиса (часы, сутки, дни)

■ 1.2.2. Подробный сценарий «24 часа»

■ 1.2.3. Антикризисный штаб (члены, обязанности, координаты)

■ 1.2.4. Перечень необходимых ресурсов для работы штаба

■ 1.2.5. Оперативный центр (члены, обязанности)

■ 1.2.6. Список необходимого оборудования для оперативного центра

■ 1.2.7. Ключевые аудитории

■ 1.2.8. Каналы и формы донесения информации

■ 1.2.9. Список сторонников-лидеров

■ **КОММУНИКАЦИИ**

■ **2.1. Организационные документы**

■ 2.1.1. Медиалист

■ 2.1.2. Руководство по работе со СМИ

■ 2.1.3. Пресс-центр

■ А) Список сотрудников пресс-центра.

■ Б) Список необходимого оборудования.

■ 2.1.4. Образец типового бланка для писем и факсов.

■ 2.1.5. Информационный пакет компании

■ А) Бекграундер

■ Б) Биография генерального директора

■ В) Образец фирменного бланка с логотипом компании

■ **2.2. Контрольные листы и другие документы**

■ 2.2.1. Заявления для СМИ

■ 2.2.2. Список «горячих вопросов»

■ 2.2.3. Заявление о медиабезопасности

■ 2.2.4. Контрольный лист «Заявление для прессы»

■ 2.2.5. Контрольный лист «Интервью».

■ 2.2.6. Контрольный лист «Пресс-брифинг»

■ 2.2.7. Контрольный лист «Анализ освещения»

■ 2.2.8. Контрольный лист «Информационное послание»