

კრიზისული კომუნიკაციების მართვის პრაქტიკული კურსი

ლექტორები

გიორგი კალატოზიშვილი

კურსის დრო

9 შეხვედრა (18 საათი)

სასწავლო კურსის მიზნები

კრიზისული კომუნიკაციების მართვის სასერტიფიკატო კურსი აერთიანებს სამ მოდულს, რომლის ცალკეული ნაწილი ეძღვნება კომუნიკაციას წინააღმდეგობრივ, კრიზისულ და პოსტ-კრიზისულ პერიოდს. კურსის მიზანია მონაწილეები გაეცნონ კრიზისის მართვის ფუნდამენტურ და თანამედროვე თეორიებს, სტრატეგიებს, ტექნიკებსა და პრაქტიკული სავარჯიშოების შესრულების მეშვეობით გამოიმუშაონ ნებისმიერი ტიპის ორგანიზაციაში კრიზისის მართვის პრაქტიკული უნარები. კურსის გავლის შემდეგ მონაწილე განავითარებს კრიზისის პრევენციის, კრიზისზე რეაგირების და პოსტ-კრიზისულ სიტუაციებში იმიჯის და რეპუტაციის აღდგენის მიზნით განსახორციელებელი აქტივობების შემუშავების თეორიულ ცოდნას და მართვის პრაქტიკულ უნარებს და შეძლებს ეფექტურად მართოს კრიზისული კომუნიკაციები დაინტერესებულ მხარეებთან.

სასწავლო კურსის შინაარსი

ლექცია 1: კრიზისის დეფინიცია და მისი ტიპები

- კრიზისის დეფინიცია და ტიპოლოგია: ძველი და ახალი ტიპის კრიზისები
- კრიზისის მიზეზი, ხასიათი, შედეგი
- ოპერაციული და რეპუტაციული კრიზისები
- კონტექსტუალური მოდიფიკატორები
- დადებითი იმიჯის და ძლიერი რეპუტაციის მნიშვნელობა კრიზისამდე (რეპუტაციის 360-გრადუსიანი ხედვა და დაინტერესებული მხარეების აღქმების შეფასება)
- რისკის იდენტიფიცირება და მისი ანალიზი (SWOT ანალიზი, PESTEL ანალიზი, ჯოჰარის ფანჯრის ადაპტირებული ინსტრუმენტი კრიზისის პროფილაქტიკისთვის. კრიზისული სცენარების მოდელირების მნიშვნელობა მზადყოფნისა და მედეგობისთვის)
- მუდმივი მონიტორინგი კრიზისის პრევენციისთვის (მედია-მონიტორინგი და სოც.მედიაში არსებული სიგნალების გაანალიზება. სენტიმენტ ანალიზი, კონტენტ-ანალიზი, სემანტიკური გადახრები)

ლექცია 2: რისკის კომუნიკაცია

- რა განსხვავებაა რისკსა და პრობლემას შორის?
- რისკების აღქმა და აღქმაზე მოქმედი ცვლადები
- რისკის აღქმის 4 მოდელი
- რატომ ამბობენ ორგანიზაციები უარს რისკის კომუნიკაციაზე?
- როგორ იქცევინან ადამიანები სხვადასხვა ტიპის კრიზისის დროს?
- მოდელი IDEA რისკის და კრიზისის კომუნიკაციაში - როგორ გავაძლიეროთ საფრთხის შესახებ გზავნილების აღქმა?
- კულტურულად ნეიტრალური, კულტურულად მგრძობიარე და კულტურაზე ცენტრირებული კომუნიკაცია
- რისკის კომუნიკაციის ბარიერები და წესები (Do's and Don'ts)
- რისკის კომუნიკაციის საუკეთესო პრაქტიკა (საერთაშორისო გამოცდილება)

ლექცია 3: კრიზისული კომუნიკაციის გეგმის და გუნდის ფორმირება

- რისთვის გვჭირდება კრიზისული კომუნიკაციების გეგმა?
- კრიზისის მართვის გეგმის შემუშავება - სტრუქტურა და შემადგენელი ელემენტები
- კრიზისის მართვის გუნდის ჩამოყალიბება (სტრატეგიული, ოპერატიული და ტაქტიკური დონე და როლები, უფლება-მოვალეობები, ფუნქციები, კომპეტენციები)
- მენეჯმენტი VS ლიდერობა კრიზისის კონტექსტში
- კრიზისული ლიდერობის მნიშვნელობა და ლიდერი კრიზისის დროს
- კრიზისულ სიტუაციაში ლიდერის კომუნიკაციის კარგი და ცუდი მაგალითები

ლექცია 4: ეფექტური კომუნიკაცია კრიზისის დროს

- ნდობის ფსიქოლოგია: შინაარსი უფრო მნიშვნელოვანია თუ დამოკიდებულება?
- კომუნიკაციის ელემენტები და საკომუნიკაციო ბარიერები
- ეფექტური კომუნიკაციის 7 პრინციპი
- მენტალური მუხრუჭები - კოგნიტური დამახინჯების და მიკერძოების ფორმები, რომლებიც ქმნიან ბარიერს კომუნიკაციაში კრიზისის დროს
- მეტაპროგრამები - 3 რეპრეზენტატიული სისტემა: როგორ მოვარგოთ გზავნილები სამიზნე ჯგუფებს და გავზარდოთ ჩვენი გავლენა მათზე?
- WORDING - საკომუნიკაციო ენა და ემოციური შეფერილობა

- დამარწმუნებელი კომუნიკაციის და არგუმენტების ჩამოყალიბების პრინციპები და ტექნიკა
- მესიჯ-ბოქსის შემუშავება
- „სენდვიჩის“ მოდელი კომუნიკაციაში
- Message Map ტექნიკა - გასაგები და ეფექტური კომუნიკაციისთვის

ლექცია 5: მედიასთან ურთიერთობა კრიზისის დროს

- მედია-მონიტორინგის ფუნქცია და როლი ეფექტური კრიზისული კომუნიკაციისთვის.
- დღის წესრიგისა და განაწესის და ფრეიმინგის თეორია
- ნარატივის შექმნის და მართვის სტრატეგია და ტაქტიკა - ღონისძიებები და საინფორმაციო აქტივობა
- კრიზისული ამბების მედიალოგია
- ე.წ. საინფორმაციო ბოთლი (News Bottle) და 4 ბლოკი, რომლითაც მედია აშენებს ნარატივს კრიზისის დროს
- პრესს-კონფერენციის და ბრიფინგის ჩატარების და ინტერვიუს მიცემის წესები
- პრესს-სპიკერ(ებ)ის მომზადება
- „შეიარაღების“ განახლება: Holding Statement, Q&A დოკუმენტის მომზადება, Message Map

ლექცია 6: შიდა კრიზისული კომუნიკაცია

- შიდა კრიზისული კომუნიკაციების მიზნები და ამოცანები
- DISC მოდელი - თანამშრომლების მარტივი ტიპოლოგია, მათი საინფორმაციო და საკომუნიკაციო მოთხოვნები და მათთან კომუნიკაცია კრიზისის დროს
- eNPS ინდექსის მნიშვნელობა შიდა კრიზისის მართვის პროცესში
- Fight, Fflight, Ffreeze - ემოციები, როგორც სტრესორი და ინფორმაციის მიღების, გაანალიზების და მის საფუძველზე მოქმედების ბარიერი
- ცვლილებების ნეირობიოლოგია: ნგრევისა და ადაპტაციის მატრიცა
- ორგანიზაციული დუმილი - დუმლის სპირალი და ნეგატიური ინფორმაციის ქვემოდან ზემოთ მიწოდების პრობლემა
- არაფორმალური კომუნიკაციის რუკის ვიზუალიზაციის მნიშვნელობა და არაფორმალური ლიდერების გამოვლენის აუცილებლობა
- ქორების ტიპები და მათი გავრცელება ორგანიზაციაში. ქორებთან ბრძოლის სტრატეგია და ტაქტიკა

ლექცია 7: კრიზისული კომუნიკაცია გარე აუდიტორიასთან

- Social Listening კომუნიკაციის კორექტირებისთვის
- რა უნიკალური მახასიათებლები აქვს აუდიტორიას? - აუდიტორიის სპეციფიკა და მისი ანალიზი
- Stakeholder Map - დაინტერესებულ მხარეთა გავლენისა და ინტერესის მატრიცა
- Targeting Matrix - მიზნობრივ ჯგუფებზე ორიენტირებული კომუნიკაცია და მათზე მორგებული გზავნილები
- SCCT - სიტუაციური კრიზისული კომუნიკაციის თეორია
- ფრეიმინგი და რეფრეიმინგი კრიზისულ კომუნიკაციებში - ბრძოლა ადამიანების გონებისთვის
- კრიზისული კომუნიკაციების სასიცოცხლო ციკლის 6 ფაზა
- PESO მოდელი და მისი როლი კრიზისულ კომუნიკაციებში
- კრიზისული კომუნიკაციის ეფექტიანობის საზომი მეტრიკები

ლექცია 8: კრიზისული კომუნიკაცია AI ეპოქაში

- კრიზისის განვითარების დინამიკა სოციალურ მედიაში
- სოციალური მედიის როლი კრიზისში - ტროლინგი, დეზინფორმაცია, Deep fake Video
- მომხმარებლების საკომუნიკაციო ქცევა სოციალურ მედიაში
- SEO და GEO (Generative Engine Optimization) კრიზისული კომუნიკაციების ჭრილში
- როგორც ცვლის AI კრიზისულ ვითარებას უარესობისკენ?
- როგორ გვეხმარება AI რეპუტაციული რისკების პროგნოზირებაში
- კრიზისულ კომუნიკაციებში AI-ის გამოყენების კარგი და ცუდი მაგალითები

ლექცია 9: ფინალური პროექტების პრეზენტაცია

სასწავლო კურსის სწავლის შედეგები

კურსის მსმენელებს ეცოდინებათ და შეძლებენ:

- ეცოდინებათ კრიზისის ტიპოლოგია;
- ეცოდინებათ კრიზისების პრევენციისა და მართვის თეორიული მოდელები;
- ეცოდინებათ და შეძლებენ ორგანიზაციის იმიჯის ფორმირებას, მის გაძლიერებას და მისი აღდგენისთვის საჭირო მაკორექტირებელი აქტივობების დაგეგმვა-განხორციელებას;
- შეძლებენ კრიზისების ტიპიდან გამომდინარე ეფექტურად დაგეგმონ შესაბამისი აქტივობები;
- ეცოდინებათ კრიზისული კომუნიკაციების სტრატეგიები;
- შეძლებენ კრიზისული კომუნიკაციის ეფექტური სტრატეგიების და ტაქტიკური აქტივობების შემუშავებას;

- შეძლებენ კრიზისული კომუნიკაციის სამოქმედო გეგმის შემუშავებას;
- ეცოდინებათ და გამოიყენებენ სხვადასხვა ანალიტიკურ/პრაქტიკული ინსტუმენტებს კრიზისით მიყენებული ზიანის შესამცირებლად;
- ეცოდინებათ ეფექტური კომუნიკაციის წარმართვის და ეფექტური გზავნილების შემუშავების ტექნიკა;
- შეძლებენ არგუმენტირებული მსჯელობით წარადგინოს სამიზნე ჯგუფისთვის დაგეგმილი აქტივობები;
- დაიცავენ ეთიკურ სტანდარტებს კრიზისული კომუნიკაციის პროცესში.

სასწავლო კურსის მოთხოვნები

- დარგობრივი ცოდნა.

ლექტორის შესახებ

- გიორგი კალატოზიშვილი არის რეპუტაციის მართვის კომპანიის „მაინდერი“ დამფუძნებელი და ხელმძღვანელი;
- გიორგი არის ბიზნეს-ტრენერი, საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტი და კონსულტანტი (სამთავრობო, არასამთავრობო და კერძო სექტორში მუშაობის 20+ წლიანი გამოცდილებით);
- გიორგი არის ერიქსონის საერთაშორისო ინსტიტუტის (Erickson.edu) მიერ სერტიფიცირებული ქოუჩი;
- 2015 წელს დააფუძნა პარტნიორებთან ერთად საქართველოში პირველი ქოუჩინგის კომპანია „გროუინი“, რომლის მმართველი პარტნიორიც იყო 2016 წლამდე;
- იყო PR-ის და მარკეტინგის სამსახურის უფროსი სახელმწიფო სამხედრო სამეცნიერო-ტექნიკურ ცენტრში „დელტა“ (2016-2018 წწ.);
- იყო PR-ის და ბრენდის განვითარების სამსახურის უფროსი გლობალურ საკონსულტაციო კომპანიაში „ACT - ეისითი“ (2014-2015 წწ.);
- 2018 წელს ხელმძღვანელობდა „საქართველოს ნარკოპოლიტიკის ეროვნული პლატფორმის“ (სნეპ) სტრატეგიულ კომუნიკაციებს;
- 2012-2014 წლებში ხელმძღვანელობდა საზოგადოებასთან ურთიერთობის და ინფორმაციული უზრუნველყოფის სამმართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტროში;
- 2011 წლიდან აქტიურად არის ჩართული ფორმალურ და არაფორმალურ სასწავლო პროცესში;
- 2011–2012 წლებში ასწავლიდა საზოგადოებასთან ურთიერთობის საფუძვლებს გორის სასწავლო უნივერსიტეტში, 2016 წელს ასწავლიდა „საჯარო გამოსვლების ხელოვნებას“ შავი ზღვის საერთაშორისო უნივერსიტეტში, 2021 წელს „საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრატეგიას და ტაქტიკას“ საქართველოს უნივერსიტეტში;
- დღემდე მართავს ტრენინგებს და ლექციებს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრატეგიის და ტაქტიკის, კრიზისების მართვის, მარკეტინგის და ეფექტური კომუნიკაციების თემებზე ისეთ სასწავლებლებსა და ორგანიზაციებში, როგორც არის:

„ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი“, „კავკასიის უნივერსიტეტი“, „მართვისა და კომუნიკაციის საერთაშორისო სასწავლო უნივერსიტეტი "ალტერბრიჯი“, "ქართულ-ამერიკული უნივერსიტეტი" (GAU), „პიარ სკოლა“ (GAU), „სულხან საბა ორბელიანის უნივერსიტეტი“, "ევროპის ბიზნეს სკოლა" (ESB), პროფესიული ტრანსფორმაციის ცენტრი INTERIORUM. ჩატარებული აქვს 300+ ღია და დახურული ტიპის ტრენინგი და მასტერკლასი საქართველოში, სომხეთსა და აზერბაიჯანში.