



כהנ"ו

תאריך עדכון: 07/05/19

היבטים סוציולוגיים בניהול משברים ויחסי ציבור בארגונים

93-229-01

ד"ר יחיאל שבי

סוג הקורס: הרצאה

שנת לימודים: תש"פ מסטר: א' היקף שעות: 2 ש"ס

דואר אלקטרוני: drshabiy@gmail.com

שעות-קבלה: בתיאום מראש

אתר הקורס באינטרנט: באמצעות מערכת "למידה" (Moodle).

* הסבר יינתן בתחילת הקורס!

א. מטרות הקורס ותוצרי למידה (מטרות על / מטרות ספציפיות):

בסיום הקורס בהצלחה הסטודנטים יכירו את תפקידם של אנשי יחסי ציבור/דוברים/יועצי תקשורת/יועצים אסטרטגיים; יתוודעו להבדלים ולממשקים עם תחומי השיווק והפרסום ואת התועלות בשיתוף הפעולה ביניהם. בנוסף, נקנה לסטודנטים רקע מעמיק להתנהלות מקצועית במקרי משבר תקשורת, במהלכו ולאחריו. זאת תוך ניתוח מעמיק של מקרי בוחן למשברים תקשורתיים מסוגים שונים שהתרחשו בחברות בארץ ובחו"ל.

ב. תוכן הקורס:

במהלך הקורס יכירו את הסטודנטים משברים בארגונים שונים שהתפתחו למשברים תקשורתיים. תילמדנה דרכים להיערכות וניהול סיכונים לקראת משבר,

התמודדות עם משברים בתקשורת, תהליך קבלת החלטות בשעת משבר וחיסון הארגון.

בנוסף, השיעורים יעסקו בחשיבותה של מלאכת יחסי הציבור וההסברה בחייו של הארגון, בתדמיתו, בסביבת העבודה שלו וביכולת שלו לחזק את מעמדו הציבורי והמקצועי.

כמו-כן, נציג מסעות פרסום שונים מהארץ ומהעולם שהסתייעו בעבודת דוברות, הסברה ויחסי ציבור, וננתח אירועי מדיה בפרספקטיבה של יחסי ציבור.

תכנית הוראה מפורטת לכל השיעורים:

מהלך השיעורים:

1. פירוט תוכן השיעורים - מבנה הקורס (רשות)

שבוע מס'	נושא ההרצאה	ציון מקורות קריאה (אופציונלי)	הדרישות (במידה ורלבנטי)
1	מבוא לקורס והיכרות עם התחום		
2	מהם יחסי ציבור?	<p>Avraham, E. & Ketter, E. (2008). Media Strategies for Marketing Places in Crisis. Burlington, MA: Elsevier Inc, pp. 12-18.</p> <p>Guth, D. W. & Marsh, C. (2009). Public Relations: A Values-Driven Approach. (4th edit). Boston, MA: Allyn and Bacon, pp. 13- 25 .</p> <p>לפידות, א. (2000). מהם יחסי ציבור. בתוך: א, רוזן (עורכת), דיבור עם הציבור (עמ' 17- 23).</p>	

	תל-אביב: פקד הוצאה לאור בע"מ.		
	<p>Swann, P. (2008). Cases in Public Relations Management. New York, NY: The McGraw-Hill Companies, Inc, pp. 12-17 .</p> <p>Vaughn, Richard, "How advertising works: A planning model revisited", Journal of Advertising Research , Feb/Mar 1986, Vol. 26 Issue 1, pp. 57-65.</p>	ההבדל והממשק בין יחסי ציבור לפרסום	3
	<p>רוזן, א. (2000). תרומה לקהילה. בתוך: א, רוזן (עורכת), דיבור עם הציבור (עמ' 160-169). תל-אביב: פקד הוצאה לאור בע"מ.</p> <p>שבי, י. (2012). "הקשר בין ראש העיר לתושביו – נס ציונה כמקרה בוחן", בתוך: א, לסרי (עורך), כלכלה, חברה והפרטה בשלטון המקומי, המכון לשלטון מקומי: אוניברסיטת בר אילן, עמ' 257 - 265.</p>	פעולות נבחרות בתחום היח"צ בארגונים; פרויקט "משאל העיר" בנס ציונה	4
	יוצג ע"י המרצה	ניתוח קמפיין תקשורת – וופלים או בפלות; ניתוח ההתנהלות התקשורתית בזמן המחאה החברתית	5
	יוצג ע"י המרצה	ניתוח קמפיין תקשורת – הגברת המודעות לשימוש בתוכנות סינון ברשת	6
	Avraham, E. & Ketter, E. (2008). Media Strategies for Marketing Places in Crisis.	מהו משבר תקשורת בארגון?	7

	Burlington, MA: Elsevier Inc, pp. 187- 203.		
	Cameron, G. T., Wilcox, D. L., Reber, B. H. & Shin, J. H. (2008). Public Relations Today: Managing Competition and Conflict. (1st edit). Boston, MA: Allyn and Bacon, pp.46- 57.	התמודדות עם משברים	8
	יוצג ע"י המרצה	ניתוח מקרה בוחן – משבר תדמייתי קוקה קולה	9
	יוצג ע"י המרצה	ניתוח מקרה בוחן – משבר אוסם	10
	יוצג ע"י המרצה	ניתוח מקרה בוחן – משבר יוניליבר	11
	יוצג ע"י המרצה	ניתוח מקרה בוחן – משבר מקדונלדס	12
	יוצג ע"י המרצה	ניתוח מקרה בוחן – מערכת בחירות/ קמפיין חברתי	13
		סיכום	14

ג. דרישות קדם:

אין

ד. חובות / דרישות / מטלות:

נוכחות בהרצאות: מותרת היעדרות של עד שני מפגשים בסמסטר.



השתתפות פעילה בקורס על ידי הצגת מצגות שייערכו על ידי איסוף וניתוח של מידע רלוונטי מן הרשימה הביבליוגרפית, מאתרי אינטרנט ייעודיים ומאמצעי התקשורת.

ה. מרכיבי הציון הסופי:

מבחן: 100% מהציון הסופי.

ציון עובר בקורס: 60.

ו. ביבליוגרפיה

קריאת חובה

Avraham, E. & Ketter, E. (2008). Media Strategies for Marketing Places .in Crisis. Burlington, MA: Elsevier Inc, pp.12-18; 187-203

Cameron, G. T., Wilcox, D. L., Reber, B. H. & Shin, J. H. (2008). Public Relations Today: Managing Competition and Conflict. (1st edit). Boston, .MA: Allyn and Bacon, pp. 46- 57

Guth, D. W. & Marsh, C. (2009). Public Relations: A Values-Driven Approach. (4th edit). Boston, MA: Allyn and Bacon, pp. 13- 25

קריאת רשות

Swann, P. (2008). Cases in Public Relations Management. New York, NY: The McGraw-Hill Companies, Inc, pp. 12-17.

Vaughn, Richard, "How advertising works: A planning model revisited", Journal of Advertising Research , Feb/Mar 1986, Vol. 26 Issue 1, pp. 57-65.



קריאת תובה

לפידות, א. (2000). מהם יחסי ציבור. בתוך: א, רוזן (עורכת), דיבור עם הציבור, תל-אביב: פקר הוצאה לאור בע"מ, עמ' 17-23.
רוזן, א. (2000). תרומה לקהילה. בתוך: א, רוזן (עורכת), דיבור עם הציבור, תל-אביב: פקר הוצאה לאור בע"מ, עמ' 160-169.
שבי, י. (2012). "הקשר בין ראש העיר לתושביו – נס ציונה כמקרה בוחן", בתוך: א, לסרי (עורך), כלכלה, חברה והפרטה בשלטון המקומי, המכון לשלטון מקומי: אוניברסיטת בר-אילן, עמ' 257 - 265.

ז. שם הקורס באנגלית:

Sociological aspects in Public Relations and Crisis Management