

אוניברסיטת בן גוריון המחלקה למנהל עסקים הפקולטה לניהול תיאור הקורס - תשפ"א

מס' הקורס: 61050105

שם הקורס: ניהול משברים תקשורתיים בארגונים וחברות בעידן הרשתות החברתיות
שם המרצה: ד"ר אמיר בוחבוט

מטרת הקורס :

הבנה של מושגי יסוד בעיתונאות, ניהול מצבי משברי תקשורתיים, השפעות על הארגון וארגז כלים מעשיים להתמודדות ומניעה של מצבי משבר בכלי התקשורת השונים וברשתות החברתיות.

נושאי הקורס:

- מבוא, מושגי יסוד במצבי משבר תקשורתיים וההשפעות של העתונאות והרשתות החברתיות.
- מקרי בוחן לניהול משברים מהארץ ומהעולם.
- כלי עבודה, שיטות לניהול אפקטיבי והתמודדות עם מצבי משבר תקשורתיים.
- כתיבת ידיעה חדשותית ותגובה.
- אתיקה: מותר ואסור בניהול מצבי משבר תקשורתיים.

מטלות הקורס:

- א. הרצאות ודיונים בכיתה.
- ב. שתי מטלות בצוות (15% כל אחת):
 - * כתיבת ידיעה חדשותית (על בסיס חמשת המ"מים שילמדו בסדנה).
 - * כתיבת תגובה לעיתונות בנושא משבר.
- ג. מטלה קבוצתית לסיכום (70%)
 - * כתיבת תכנית משבר תקשורתית.

פורמט הקורס ושיטת הוראה:

הקורס מוגדר כסדנת בחירה לתלמידי התואר השני בפקולטה לניהול לאורכו יתנסו הסטודנטים בכתיבת אסטרטגיית ניהול ומשבר ובסופו יגישו עבודה.

הקורס יעשה שימוש בהרצאות פרונטליות/ מקוונות עקב משבר הקורונה, הרצאות מוקלטות ודיונים בכיתה. סטודנטים שנעדרו מסיבה כזו או אחרת מהכיתה ידרשו להשלים את החומר מחבריהם לכיתה.

תקשורת אלקטרונית

חומרי עזר בנושאים השונים יועלו לאתר הקורס ב- moodle.

עדכונים לגבי הקורס ומענה להודעות ימסרו בהודעות email. עליכם לעדכן את כתובת ה- email בתחילת הקורס.

המייל של המרצה לפניות ושאלות : bohбота@post.bgu.ac.il

דרישות הקורס :

שתי מטלות בקורס יתבצעו בצוותים שאליהם תצטוו עם תחילת הקורס, אחריות החלוקה לשלשות בלבד. בנוסף, אנו מצפים לתרומה לדייונים שיתנהלו בכיתה. נוכחות **חובה**, הגשת מטלות בצוות, השתתפות בדייונים ומטלה סופית הן דרישות הקורס. **אין דרישות קדם.**

קביעת הציון :

שתי מטלות בצוות וכל אחת מהן מהווה 15% מהציון. מטלה לסיכום שמהווה 70% מהציון. לכל תלמיד יש חובת מעבר בכל אחת מהמטלות (ציון 65) בכדי לקבל ציון עובר בקורס.

ביבליוגרפיה :

קריאת רשות

- איניס, א', ה. (1951). הטיית התקשורת בתוך : טקסטים קאנוניים בחקר התקשורת (2008). חלק א'. עורכות: ליבס, ת' וקליין-שגריר, א'. רעננה : האוניברסיטה הפתוחה. עמ' 207-229
- מקלוהן, מ' (1994). להבין את המדיה: שלווחת האדם. בתוך : טקסטים קאנוניים בחקר התקשורת (2008). חלק א'. עורכות: ליבס, ת' וקליין-שגריר, א'. רעננה : האוניברסיטה הפתוחה. עמ' 230-248.
- הול, ס' (1980). הצפנה, פיענוח. בתוך : טקסטים קאנוניים בחקר התקשורת (2008). חלק א'. עורכות: ליבס, ת' וקליין-שגריר, א'. רעננה : האוניברסיטה הפתוחה. עמ' 282-294.

- Peters, T & Waterman JR, R, H (2015). In Search Of Excellence: Lessons From America's Best-run Companies. *PROFILE BOOKS*. 119-125, 219-223.
- Haggerty, J.F (2019). CHIEF CRISIS OFFICER – Structure and Leadership for Effective Communications Response. *AMERICAN BAR ASSOCIATION*. 49-76.
- Molotch, Harvey. "What Do We Do with Disasters?." *Sociological Inquiry* 84.3 (2014): 370-373.

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/soin.12048/full>

- Levy, D. (2018) . THE COMMUNICATIONS GOLDEN HOUR- THE ESSENTIAL GUIDE TO PUBLIC INFORMATION WHEN EVERY MINUTE COUNTS . 35-48.
- Lim R.Q & Tan, E. Y & LIM, E.W & ABDUL Aziz, N. B (2017). *WHEN A PANDEMIC STRIKES – Toward the Social Media Pandemic Communication Model* : SOCIAL MEDIA AND CRISIS COMMUNICATION : 253-266.
- Singer, P.W & Brooking, E. T (2018). *LIKE WAR – THE WEAPONIZATION OF SOCIAL MEDIA*. 193-203.
- Ihlen, O & Levenshus, A (2018) *Digital Dialogue : Crisis Communication in Social Media*. 389-400.
- George, M, A & PRATT, B, C (2012) *CASE STUDIES IN CRISIS COMMUNICATION - International Perspective on Hits Misses*.

· לימור, י', אדוני, ח', מן, פ' (2007) לקסיקון לתקשורת. תל אביב : ידיעות ספרים.

לימור, י', מן, פי (1997) עיתונאות - איסוף מידע, כתיבה ועריכה. תל אביב: האוניברסיטה הפתוחה. עמ' 153-185.