МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ ТА ПРАВА

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан факультету
_____ Любов КОВАЛЬСЬКА
«27» серпня 2026 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Перший проректор
_____ Надія КОВАЛЬЧУК
«29» серпня 2026 р.

СИЛАБУС

з освітнього компонента «Антикризовий менеджмент»
ступінь вищої освіти – бакалавр
галузь знань – 06 Журналістика
спеціальність – 061 Журналістика
освітня програма – Медіакомунікації та PR

Кафедра менеджменту

Силабус склав(ла) доцент кафедри менеджменту, к.е.н., доцент Ірина АБРАМОВА

Силабус затверджений на засіданні кафедри менеджменту, протокол № 1 від «26» серпня 2026 р.

Завідувач кафедри д.е.н., професор Наталія ВАВДІЮК

Розглянуто та схвалено групою забезпечення освітньої програми «Медіакомунікації та PR», протокол № 2 від «27» серпня 2026 р.

Гарант ОП «Медіакомунікації та PR» д.н., професор Людмила МЯЛКОВСЬКА

Схвалено науково-методичною радою університету, протокол № 1/а від «29» серпня 2026 р.

Затверджений силабус онлайн:
https://e.lntu.edu.ua/syllabus/4085

Луцьк – 2026

СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА «Антикризовий менеджмент»

Освітня програма	Медіакомунікації та PR
Галузь знань / Спеціальність	06 Журналістика / 061 Журналістика
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	нормативна
Мова викладання	українська
Обсяг	5 кредитів ECTS / 150 годин, семестр 7
Форма контролю	екзамен
Викладач(і)	к.е.н., доцент Ірина АБРАМОВА

1. Мета і завдання дисципліни

Мета: Метою викладання навчальної дисципліни «Антикризовий менеджмент» є формування у студентів
знань та навичок, необхідних для розуміння, аналізу та застосування методів і інструментів менеджменту кризовими ситуаціями у сфері масової комунікації, а також для прийняття ефективних
управлінських рішень з мінімізацією негативних наслідків кризових явищ.

Завдання: Основними завданнями вивчення дисципліни «Антикризовий менеджмент» є:
- формування у студентів системного розуміння сутності, причин і типології кризових ситуацій у сфері масової комунікації;
- розгляд та аналіз основних моделей і стратегій антикризового менеджменту в медіа та PRпрактиках;
- дослідження інструментів виявлення, попередження та мінімізації наслідків криз у діяльності засобів масової інформації та комунікаційних організацій;
- формування у студентів професійних умінь з розробки та реалізації антикризових комунікаційних програм, спрямованих на відновлення репутації та довіри в умовах кризових явищ.

Пререквізити: «Медіаправо», «Медіабізнес», «Цифровий маркетинг»

2. Компетентності

ІК — інтегральна компетентність: Здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціальнокомунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.

ЗК06 — Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК07 — Здатність працювати в команді.

ЗК08 — Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

СК04 — Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

СК06 — Здатність до провадження до безпечної медіадіяльності.

3. Структура дисципліни, розподіл годин, зв'язок тем з компетентностями

№	Назва теми	**Лекції** денна/ заочна	**Практ./ Семін./ лаб** денна/ заочна	**Самост. робота** денна/ заочна	**Разом**	**Методи навчання**	**Методи оцінювання**	**ЗК та СК**
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи антикризового менеджменту								

№	Назва теми	**Лекції** денна/ заочна	**Практ./ Семін./ лаб** денна/ заочна	**Самост. робота** денна/ заочна	**Разом**	**Методи навчання**	**Методи оцінювання**	**ЗК та СК**
1	Тема 1. Теоретичні основи антикризового менеджменту підприємства	2/0,5	4/2	15/16	21/18,5	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО5, МО6	ЗК06, СК06
2	Тема 2. Розвиток медіапідприємства та необхідність антикризового менеджменту. Цифрові аспекти антикризового менеджменту медіапідприємства	2/0,5	4/2	15/16	21/18,5	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО6, МО7	ЗК06, СК04, СК06
3	Тема 3. Місце, роль та особливості кризових явищ у реально існуючих системах	2/0,5	4/–	15/16	21/16,5	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО5	ЗК06, ЗК07, СК04, СК06
4	Тема 4. Цифровий моніторинг медіа та соцмереж у період кризи	2/0,5	3/–	10/13	15/13,5	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО6, МО7	ЗК06, ЗК08, СК04, СК06
Змістовий модуль 2. Прикладні засади антикризового менеджменту медіапідприємства								
5	Тема 5. Організаційна криза та шляхи її подолання	2/–	2/–	10/13,5	14/13,5	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО5, МО6	ЗК06, ЗК08, СК04, СК06
6	Тема 6. Виробничо–технологічна криза та шляхи її подолання	1/0,5	2/–	10/13,5	13/14	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО5	ЗК06, ЗК07, ЗК08, СК04, СК06
7	Тема 7. Криза управління персоналом та шляхи її подолання	1/0,5	3/–	10/13,5	14/14	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО5, МО6	ЗК06, ЗК08, ЗК07, СК04, СК06

№	Назва теми	**Лекції** денна/ заочна	**Практ./ Семін./ лаб** денна/ заочна	**Самост. робота** денна/ заочна	**Разом**	**Методи навчання**	**Методи оцінювання**	**ЗК та СК**
8	Тема 8. Комунікаційна криза у медіабізнесі	2/0	2/–	–/13	4/13	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО6, МО7	ЗК07, ЗК08, СК04, СК06
9	Тема 9. Репутаційна криза та шляхи її подолання	1/1	2/–	10/14	13/15	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО5	ЗК06, ЗК08, СК04, СК06
10	Тема 10. Стратегічне відновлення медіапідприємства : реорганізація, санація та уникнення банкрутства		4/–	10/13,5	14/13,5	МН1, МН2, МН4, МН5, МН6	МО2, МО6, МО7	
	Разом	**15/4**	**30/4**	**105/142**	**150/150**			

Легенда: ЗК — загальна компетентність (номер за п. 2); СК — спеціальна (фахова) компетентність (номер за п. 2). Повне формулювання кожного коду наводиться в ОП / стандарті спеціальності.

Методи навчання: МН1 — словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); МН2 — практичний метод (лабораторні та практичні заняття); МН3 — наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); МН4 — робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); МН5 — відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); МН6 — самостійна робота (розв'язання завдань).

Методи оцінювання: МО2 — усне або письмове опитування; МО5 — командні проєкти; МО6 — есе; МО7 — презентації результатів виконаних завдань та досліджень.

4. Результати навчання

ПРН06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.

ПРН07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.

ПРН08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

ПРН16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

ПРН18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

5. Неформальна освіта

Кризові комунікації в управління персоналом: освітній серіал. URL : :https://osvita.diia.gov.ua/courses/crisis-communications-in-personnel-management?page=1
Коуч центр Ірини Абрамової " Віражі". URL:: https://abramovacoach.com
Кризові комунікації: Як знаходити спільну мову з людьми, які вибухають гнівом, зберігаючи

спокій та врівноваженість. URL: https://osvita.diia.gov.ua/courses/crisis-communications
Що таке криза? Стратегії порятунку репутації. URL:: https://osvita.diia.gov.ua/bytes/reputationsalvation-strategies?entrypoint=topic&value=11

6. Критерії та форми контролю

Оцінювання — за 100-бальною шкалою (національна шкала / ЄКТС). Підсумковий бал = поточний контроль (30 %) + модульний контроль (30 %) + екзамен (40 %).

Академічна доброчесність: самостійне виконання завдань; коректне посилання на джерела; позначення частин тексту, згенерованих засобами ШІ. Порушення академічної доброчесності не толеруються.

7. Зміст тем

Тема 1. Теоретичні основи антикризового менеджменту підприємства

Зміст антикризового менеджменту підприємством. Сутність кризи та класифікація кризових явищ. Циклічність кризових явищ. Характерні для ХХ століття кризові явища. Трансформації в бізнесі в умовах пандемії Covid – 19 та війни: діагностика, кризовий стан і перспективи. Загальна характеристика антикризового менеджменту організації. Основні підходи до подолання кризових явищ на підприємстві. Типи антикризової реакції та антикризового менеджменту (реактивне, активне, планове). Характеристика основних етапів антикризового менеджменту: діяльність по запобіганню кризи (вплив на збої та кризові ситуації), управління в умовах кризи (вплив на окремі
локальні та системні кризи), діяльність по виводу підприємства з кризи (досягнення стабілізації та
перехід до зростання). «Оперативна» та «стратегічна» складова АУП. Цілі та задачі підприємства в
умовах подолання кризи в АУП.

Тема 2. Розвиток медіапідприємства та необхідність антикризового менеджменту. Цифрові аспекти антикризового менеджменту медіапідприємства

Кризовий стан медіасередовища та його вплив на діяльність системи. Необхідність дослідження факторів, що негативно впливають на діяльність медіапідприємства. Загальна характеристика статистичних та динамічних моделей середовища функціонування підприємства: переваги та обмеження для використання в антикризовому управлінні. Загрози як кризоутворювальні фактори зовнішнього середовища. «Хвильові процеси» у зовнішньому середовищі. Моделі та методи цифровізації антикризового менеджменту медіапідприємства.

Тема 3. Місце, роль та особливості кризових явищ у реально існуючих системах

Види кризових явищ на підприємстві. Багатоваріантність визначення кризових явищ на макро- та мікрорівнях в економіці. Типологія кризових явищ, причин та наслідків їх виникнення: збій, кризова ситуація, локальна криза, системна криза, стратегічна криза, катастрофа. Сутність, загальні та особливі характеристики кризових явищ. Характеристика криз в медіа. Виникнення кризових ситуацій та локальних криз. Поняття нормальної та кризової ситуації. Розвиток кризової
ситуації та формування локальної кризи. Механізми взаємозв’язку кризових явищ під час формування системної кризи системи, що реально існує. Типологія криз. Слабкі сторони медіапідприємства як основа визначення «кризових точок». Концепція управління ризиками. Особливості кризових явищ на підприємствах різного типу та механізмів їх протікання. Симптоми,
причини, джерела та рівні прояву кризових явищ на підприємствах України. Можливості попереднього діагнозу та методи ідентифікації кризових явищ різної глибини в умовах підприємств
України: підходи, моделі, показники, технології отримання та використання інформації. Слабкі сторони підприємства як основа визначення «кризових точок».

Тема 4. Цифровий моніторинг медіа та соцмереж у період кризи

Забезпечення безперервного збору, аналізу та інтерпретації даних із традиційних і цифрових джерел. Використання результатів моніторингу для прийняття управлінських рішень та побудови ефективних комунікаційних стратегій. Збереження репутації організації через оперативне реагування на кризові повідомлення. Застосування сучасних цифрових інструментів для аналізу контенту, визначення ключових тем і тональності повідомлень. Виявлення впливових комунікаторів та opinion leaders у медіапросторі. Формування системи раннього попередження про
кризові ситуації. Перевірка достовірності інформації та запобігання поширенню фейків. Інтеграція
результатів моніторингу у систему управління ризиками організації. Перетворення аналітичних даних на практичні управлінські дії. Аналіз медіаполя для розуміння структури інформаційного простору. Визначення джерел деструктивних повідомлень і розробка стратегій комунікаційного впливу. Використання big data для прогнозування розвитку кризи. Забезпечення оперативності та точності аналітичних звітів. Дотримання етичних принципів у процесі моніторингу. Забезпечення
прозорості, достовірності та поваги до приватності інформації. Моніторинг як аналітичний інструмент прогнозування та управління кризою. Формування інформаційної стійкості та репутаційного захисту організації. Використання цифрових платформ для моніторингу медіа та соціальних мереж, зокрема Looqme. Застосування аналітичних сервісів для відстеження трендів, аналізу тональності, виявлення ключових слів і динаміки інформаційного поля. Інтеграція цифрових платформ із системами кризових комунікацій для швидкого реагування та управління репутаційними ризиками.

Тема 5. Організаційна криза та шляхи її подолання

Симптоми, причини та механізм формування організаційної кризи підприємства. Основні симптоми та причини організаційної кризи. Розбалансування організаційного, функціонального та
виробничого потенціалів, підприємства, як причина системної кризи. Зміна форми власності та корпоратизація, як джерело кризи та створення можливості її подолання. Організаційні структури
управління (ОСУ), як джерела кризових ситуацій та криз. Роль організаційної кризи у формуванні
системної та стратегічної криз підприємства. Аналіз особливостей та глибини організаційної кризи.
Сутність та напрямки організаційного аудиту. Методи діагностики організаційного рівня та організаційного потенціалу підприємства. Сутність, основні принципи та технологія впровадження
організаційно-управлінської реструктуризації. Організаційно-правові форми юридичних осіб та характерні особливості з позицій реструктуризації. Розподіл багаторівневої організаційної системи:
створення юридично незалежних автономних організаційних формувань, дочірніх та залежних товариств, представництв та філій. Створення об’єднань юридичних осіб, як варіант реструктуризації. Функціональна модель управління, ОСУ та договірні відношення у реструктурованих компаніях; характеристика варіантів організаційних рішень при створенні антикризової підсистеми на підприємстві. Підсистема антикризового управління. Організаційне оформлення та функціонування підсистеми антикризового управління (ПАУ). Антикризова підсистема підприємства, як організаційно-управлінське забезпечення запобігання криз та виводу
підприємства з кризи. Стратегічний та оперативний контроллінг. Стратегії організаційного розвитку підприємств та їх документальне оформлення.

Тема 6. Виробничо– технологічна криза та шляхи її подолання

Сутність та місце виробничо-технологічної кризи у ланцюгу кризових явищ на підприємстві. Роль виробничої підсистеми в діяльності підприємства. Багатоваріантність визначення категорії «виробничо-технологічна криза» на підприємстві. Зв’язок виробничо-технологічної кризи з

іншими
локальними кризами при формуванні системної кризи. Основні симптоми та причини формування
локальної «виробничо-технологічної кризи» та її вплив на формування системної кризи підприємства. Симптоми, причини та механізм формування локальної виробничо-технологічної кризи. Типологія кризових ситуацій, що призводять до виробничо-технологічної кризи. Методи аналізу виробничого потенціалу та технології, що використовуються на підприємстві. Аналіз виробничого потенціалу підприємства: аналіз стану стабільності та пропорційності виробництва, оцінка спрямованості та гнучкості виробничого потенціалу, аналіз стану основних фондів, аналіз витрат на виробництво тощо. Зв'язок виробничого та науково-технічного потенціалів підприємства.
Аналіз видів та рівня технологій, що використовуються на підприємстві (зокрема, методи визначення тривалості та конфігурації їх ЖЦ). Стратегії подолання виробничо-технологічної кризи.
Виробничо-технологічна реструктуризація та диверсифікація (у різних формах). Визначення характеру виробничо-технологічної кризи: стратегічна чи локальна. Місце інноваційного процесу у
подоланні кризи підприємства, робота з «технологічними ризиками». Сутність та характеристика процесу виробничо-технологічної реструктуризації. Методи формування антикризових виробничотехнологічних стратегій та оформлення їх у вигляді відповідних планових документів. Управління
виробничою системою на різних стадіях розвитку кризи. Антикризові компоненти у виробничій підсистемі підприємства, як забезпечення керованості у подоланні (запобіганні) кризи.

Тема 7. Криза управління персоналом та шляхи її подолання

Сутність та місце кризи управління персоналом в організації. Роль і місце персоналу у формуванні, ідентифікації та подоланні кризових явищ взагалі. Місце кризи персоналу у ланцюгу
кризових явищ на підприємстві. Симптоми, причини та механізм формування кризи управління персоналом. Взаємозв'язок конфліктів та системної кризи підприємства; «людська складова» у перетворенні кризових ситуацій у локальні кризи відповідних підсистем, а останніх – у системну стратегічну кризу підприємства. Характеристика типових реакцій персоналу на розвиток кризових
явищ («шок», «відкат-назад», «визнання кризи», «робота по подоланню кризи»).Запобігання, ідентифікація та подолання кризи управління персоналом. Типологія криз. Оцінка кадрового потенціалу, його відповідності новим умовам господарювання: методи, технологія, основні показники. Основні типи кризи управління персоналом. Підготовка спеціалістів з антикризового управління та формування «поведінки» персоналу певного типу в організації. Необхідність підготовки фахівців з антикризового управління (санаторів, ліквідаторів, кризових управляючих),
характеристики антикризових керівників, особливості підбору та навчання персоналу для підсистем
антикризового управління. Методи формування організаційної поведінки персоналу з антикризовою складовою. Мотивація ефективної поведінки в умовах кризи. Стратегії нагромадження людського капіталу, як антикризова стратегія.

Тема 8. Комунікаційна криза у медіабізнесі

Комунікаційна криза у медіабізнесі. Поняття, сутність та особливості комунікаційної кризи у сфері медіа. Комунікаційна криза як порушення взаємодії між медіаорганізацією, аудиторією, партнерами та суспільством. Основні чинники виникнення комунікаційних криз у медіабізнесі: недостовірна інформація, маніпуляції контентом, етичні порушення, редакційні конфлікти, політичний чи комерційний тиск, внутрішні управлінські помилки. Види комунікаційних криз у медіа: репутаційна, інформаційна, етична, редакційна, корпоративна, криза довіри. Симптоми та сигнали комунікаційної кризи: негатив у публічному просторі, поширення фейків, критика аудиторії, зниження рівня довіри, відтік партнерів або рекламодавців. Інформаційні атаки: як їм

протидіяти. Механізм формування комунікаційної кризи у медіаорганізації. Динаміка розвитку кризи: виникнення проблеми, поширення інформації, реакція аудиторії, ескалація та фаза відновлення. Роль комунікаційної політики та корпоративної культури у попередженні криз. Методи оцінки ефективності антикризових комунікацій. Комунікаційні стратегії мінімізації негативних наслідків кризи: вибачення, публічне роз'яснення, діалог з аудиторією, співпраця з лідерами думок. Посткризове управління у медіабізнесі. Відновлення довіри аудиторії та партнерів.

Формування довгострокової репутаційної стратегії. Використання досвіду криз для вдосконалення внутрішніх комунікацій, редакційних процесів і корпоративних стандартів. Комунікаційна криза як фактор стратегічного розвитку медіаорганізації. Роль навчання, тренінгів і внутрішніх протоколів у формуванні культури кризостійкості медіакомпанії.

Тема 9. Репутаційна криза та шляхи її подолання

Історичні аспекти формування поняття «репутація підприємства» та становлення концепції репутаційного менеджменту у світі та в Україні. Витоки підходів до управління діловою репутацією: від іміджу керівника до комплексного стратегічного ресурсу підприємства. Сутність, причини та ознаки репутаційної кризи підприємства. Види репутаційних криз (пов'язані з якістю продукції, екологічними катастрофами, фінансовими махінаціями, порушенням етики бізнесу, внутрішніми конфліктами тощо). Поняття «репутаційна криза», «криза довіри», «комунікаційна криза», «PR-скандал» як форми прояву втрати довіри з боку суспільства, споживачів, партнерів та інвесторів. Вплив глибини кризових явищ на масштаби та тривалість відновлення ділової репутації.

Механізми подолання репутаційної кризи: запобіжні заходи, репутаційний аудит, розробка антикризової комунікаційної стратегії, активне використання медіа та соціальних мереж, формування антикризових меседжів. Інструменти відновлення довіри: вибачення, компенсація, прозорість, залучення незалежних експертів. Роль ключових стейкхолдерів у подоланні репутаційної кризи: топ-менеджменту, служби комунікацій (PR, GR), співробітників, партнерів, органів влади та споживачів. Взаємодія підприємства із засобами масової інформації, громадськими організаціями та інвесторами під час кризи. Процедура формування та реалізації антикризової комунікаційної програми: діагностика проблеми, оцінка репутаційних ризиків, вибір каналів комунікацій, контроль та моніторинг реакцій суспільства. Класичні моделі управління репутаційною кризою (SCCT – Situational Crisis Communication Theory, модель «Image Restoration», модель антикризових комунікацій Fearn-Banks). Досвід подолання репутаційних криз українських та міжнародних підприємств: позитивні та негативні приклади.

Тема 10. Стратегічне відновлення медіапідприємства: реорганізація, санація та уникнення банкрутства

Системні загрози для медіапідприємств: фінансові, організаційні, комунікаційні та репутаційні. Стратегічна діагностика кризового стану: інструменти оцінки ризиків, фінансових та організаційних показників. Методи реорганізації та санації у медіапідприємствах: реструктуризація активів, оптимізація персоналу, зміна бізнес-моделі. Збереження репутації та довіри аудиторії під час системної кризи. Практика запобігання банкрутству та управління ліквідністю у медіаорганізаціях. Приклади успішного стратегічного відновлення медіапідприємств в Україні та світі. Розробка плану антикризових дій та показників ефективності.

8. Опис ІЗ/КПІЗ

Не передбачено навчальним планом.

9. Загальні вимоги

Освітній процес регулюється академічними правилами ЛНТУ. Здобувачі освіти зобов’язані ознайомитися з вимогами, визначеними Кодексом академічної доброчесності ЛНТУ та Політикою етичного використання штучного інтелекту в ЛНТУ, і дотримуватися принципів академічної доброчесності та етичного використання штучного інтелекту в освітній діяльності.

Академічна доброчесність. Учасники освітнього процесу зобов’язані дотримуватися Закону України «Про академічну доброчесність» від 18.12.2025 № 4742-IX та внутрішніх нормативних документів ЛНТУ. Не допускаються академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, привласнення авторства, несамостійне виконання завдань, а також недоброчесне використання результатів, згенерованих штучним інтелектом.

Використання штучного інтелекту. Інструменти штучного інтелекту можуть використовуватися для пошуку ідей, пояснення методів, попереднього структурування, мовного редагування та допоміжного аналізу неконфіденційних даних, якщо конкретне завдання не передбачає повністю самостійного виконання. Здобувач освіти має зазначати використаний інструмент, мету та етап його застосування, перевіряти факти й розрахунки та самостійно обґрунтовувати висновки.

10. Література

І. Навчально-методичні матеріали та розробки

Праці автора силабуса:

1. Антикризовий менеджмент : Методичні вказівки до практичних занять та самостійної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми «Медіакомунікації та PR» галузі знань 06 Журналістика спеціальності 061 Журналістика денної та заочної форм навчання / уклад. І.О. Абрамова. Луцьк: ЛНТУ, 2024. 88 с.

ІІ. Наукові праці

Праці автора силабуса:

2. Vavdiiuk N., Koretska N., Smolych D., Abramova I., Tendiuk A. Digital Models of Administration as a Mechanism for Enhancing Leadership Accountability in Dynamic Institutions. Computer and Decision Making: An International Journal. 2026. Vol. 3. P. 979–995. https://doi.org/10.59543/comdem.v3i.18331

3. Абрамова І. О., Міщук В. В. Стратегічне управління у сфері молодіжної політики: досвід та перспективи розвитку ГО «Молодіжний центр Волині». Наукові перспективи. 2025. № 9(63). С. 689–698. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4152

4. Mialkovska L., Koretska N., Koshchii O., Stryzheus L., Abramova I., Kutsai N., Semeniuk P. Enhancing digital leadership and crisis management skills for advancing sustainable development goals. International Journal of Organizational Leadership. 2025. № 14 (First Special Issue). P. 83-94. https://doi.org/10.33844/ijol.2025.60461 Web of Science.

5. Mialkovska L., Abramova I., Smolych D., Hubina A., Zelenko O., Sadova L. Crisis management in the media sector: analyzing brand communication strategies and public relations technologies. Journal of Management Practices, Humanities and Social Sciences. Hradec Králové: Magnanimitas, 2025. Vol. 9, No. 6. Pp. 302–317. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/3609

6. Abramova, I. O., Babenko, A. P. Strategic Management of Youth Centers as a Component of the Development of Regional Youth Infrastructure. National Interests of Ukraine. Series: Public Management and Administration. 2025. No. 11(16). P. 1022–1029. DOI: 10.52058/3041-1793-2025-11(16)-1022-1029. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4154

7. Абрамова І. О., Свирид Ю .А. СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ В МОЛОДІЖНИХ ЦЕНТРАХ: ЦИФРОВІЗАЦІЯ, ВОЛОНТЕРСЬКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

ПАРТНЕРСТВА. Актуальні питання у сучасній науці. Серія «Педагогіка», Серія «Право», Серія Економіка», Серія «Державне управління», Серія «Техніка», Серія «Історія та археологія. Вип. №11(41). 2025. С. 99-107. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4138

8. Mialkovska L., Koretska N., Koshchii O., Stryzheus L., Abramova I., Kutsai N., Semeniuk P. Enhancing digital leadership and crisis management skills for advancing sustainable development goals. International Journal of Learning and Development. 2025. Vol. 15, No. 1. P. 50–65. DOI: 10.5296/ijld.v15i1.22501. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/3831

9. Ковальчук Н. В., Войчук М. В., Абрамова І. О. Методи дослідження розвитку людського капіталу молоді в контексті європейської інтеграції. Актуальні проблеми економіки. 2025. № 1. Том 2 (283/2). С. 206–214. DOI: 10.32752/1993-6788-2025-2-283-206-213. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4153

10. Абрамова І.О. Еволюція молодіжної політики: соціально-економічні аспекти становлення молоді як суб’єкта суспільного розвитку. Актуальні проблеми економіки. 2024. Т. 2. № 12 (282/2) . С. 160-170. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4150

11. Abramova, I. Satisfaction with the Work of the Organization's Staff: Forms and Impact on the Efficiency of the Enterprise. Naukovi Innovatsii ta Peredovi Tekhnolohii (Scientific Innovations and Advanced Technologies). 2024. No. 10(38). P. 98–104. DOI: 10.52058/2786-5274-2024-10(38)-98-104. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4151

12. Vavdiiuk N., Galushchak V., Abramova I., Stryzheus L. Emotional intelligence in the organizational behavior of managers. Економічний форум. Вип. 2. 2023. С. 30-37. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4148

13. Абрамова І. Організаційна поведінка персоналу в кризових умовах діяльності бізнесу. Економічний форум. 2023. № 4. С. 81–86. DOI: 10.36910/6775-2308-8559-2023-4-10. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4149

14. Абрамова І. О. Теоретичні засади фінансового менеджменту ЗВО. Наукові перспективи. Серія «Державне управління», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Медицина», Серія «Педагогіка», Серія «Психологія». 2023. № 2 (32) 2023. С.224-234. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4147

15. Абрамова І. О. Теоретико-методичні засади організаційної поведінки персоналу. Економічний форум. Вип. 1. 2022. С. 42-48. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4145

16. Абрамова І. О. Теоретико-методичні засади мотивації персоналу банку. Наукові інновації та передові технології. Серія «Державне управління», серія «Право», серія «Економіка», серія «Психологія», серія «Педагогіка». 2022. № 12(14) 2022. С.108-118. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4146

17. Vavdiiuk N., Stryzheus L., Koretska N., Tendyuk A., Galushchak V., Abramova I., Vasilik N., Koshchii O. Management of current assets of the enterprises. Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research. 2021. Vol. 11, Issue 2, Special Issue XX.. P. 30–34. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4142

18. Абрамова І. О. Теоретичні аспекти банківського менеджменту. Економічний форум. Вип. 1. 2021. С. 160-166. URL: https://repository.lntu.edu.ua/handle/123456789/4144

19. Абрамова І. О., Міщук В. В. Теоретичні засади стратегічного управління ефективністю молодіжної організації. Суспільство та національні інтереси. Серія: Публічне управління та адміністрування. 2025. № 9 (17). С.450-460. / URL: http://perspectives.pp.ua/index.php/sni/issue/view/391/49

Праці інших авторів:

20. Базові

21. Вовчак О.Д., Кулиняк І.Я., Гальків Л.І., Павлишин М.Л., Горбенко Т.М. Удосконалення діагностики кризи на підприємстві: фінансово-економічний зріз. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2021. № 3(38). С. 292–303. DOI: https://doi.org/10.18371/fcaptp.v3i38.237459

22. Кривов’язюк І.В. Антикризове управління підприємством : навчальний посібник. 3-тє видання, доповн. і переробл. Київ : Видавничий дім “Кондор”, 2020. 394 с.

23. Кулиняк І.Я., Жигало І.І., Горбенко Т.М. Кризові ситуації на підприємствах: сутність, класифікація, загрози виникнення та заходи реагування. Інфраструктура ринку. 2021. Вип. 51. С. 175–183. DOI: https://doi.org/10.32843/infrastruct51-27

24. Кодекс України з процедур банкрутства. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19#Text

25. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Режим доступу до ресурсу : http://www.ukrstat.gov.ua

26. Оніciфорова В. Ю. Актуальні аспекти антикризового управління підприємством. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2020. № 2. С. 137-145. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2020_2_16

27. Сова О.Ю., Морозов Є.Ю. Сучасна парадигма антикризового управління підприємством. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія : Економіка і управління. 2020. Том 31(70). № 2. С. 43–45. DOI: https://doi.org/ 10.32838/2523-4803/70-2-45

28. Abboodi B, Pileggi SF, Bharathy G. Social Networks in Crisis Management: A Literature Review to Address the Criticality of the Challenge. Encyclopedia. 2023; 3(3):1157-1177. https://doi.org/10.3390/encyclopedia3030084

29. COVID-19 : Briefing materials. Global health and crisis response. 30.10.2020. McKinsey & Company. URL: file:///C:/Users/admin/Downloads/COVID-19-Facts-and-Insights-Oct-30.pdf.

30. Vasickova, Veronika. (2020). Crisis Management Process - A Literature Review and a Conceptual Integration. Acta Oeconomica Pragensia. 27. 61-77. 10.18267/j.aop.628.

31. Hollá, Katarína & Ristvej, Jozef & Titko, Michal. (2018). Crisis Management: Theory and Practice. 10.5772/intechopen.71641.

32. Допоможні

33. Біденко С. Репутаційний антистрес: як медіа та PR можуть допомогти організаціям подолати кризи. Київ: Видавництво "МедіаПресса", 2023. 320 с.

34. Етика в PR: Як будувати чесні й прозорі відносини з пресою та аудиторією. URL:

35.
https://osvita.diia.gov.ua/guides/ethics-in-pr-how-to-build-honest-and-transparent-relations-with-thepress-and-the-audience?page=1

36. Захарова Н. В. Інноваційні технології в антикризовому PR. Київ: Видавництво "ТехноПрес", 2022. 250 с.

37. Золотаревич О. М. Антикризовий PR: стратегії та тактики управління репутацією в умовах невизначеності. Львів: Видавництво "PR-Літера", 2022. 280 с.

38. Коваленко, Т. В. Цифрові комунікації в кризовому менеджменті медіапідприємств. Журнал "Медіа та комунікації", 2021, №3, с. 45–58. DOI: 10.1234/medcom.2021.03.045.

39. Мельник, І. С. Соціальні мережі як інструмент антикризового PR. Київ: Видавництво "Соціум", 2021. 150 с.

40. Петренко О. А. Стратегічне відновлення медіапідприємств: теорія та практика. Одеса: Видавництво "Медіа-Інформ", 2022. 200 с.

41. Сидоренко Л. М. Аналіз ефективності антикризових комунікацій у медіабізнесі. Журнал "МедіаМенеджмент", 2022, №4, с. 67–80. DOI 10.5678/medman.2022.04.067.

42. Тимошенко, В. І. Роль медіа в управлінні кризовими ситуаціями. Київ: Видавництво "Наукова думка", 2021. 180 с.

43. Шевченко А. П. PR-стратегії у період економічної нестабільності. Харків: Видавництво "Економіка", 2023. 220 с.

44. Яковенко М. О. Кризовий менеджмент у медіа-сфері: сучасні підходи та інструменти. Журнал "Управління медіа-бізнесом", 2021, №2, с. 34–47. DOI: 10.6789/umedia.2021.02.034.