

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій



Система менеджменту якості

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС
навчальної дисципліни
«Стратегічні комунікації»

Освітній ступінь	«Бакалавр»
Галузь знань:	02 «Культура і мистецтво»
Спеціальність (напрямок підготовки):	029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»
Спеціалізація (ОП):	«Інформаційна аналітика та соціальні соціальні комунікації»

СМЯ НАУ НМК 12. 01.09–55–2024

КИЇВ



Система менеджменту якості.
Навчально-методичний комплекс
навчальної дисципліни
«Стратегічні комунікації»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
НМК 12.01.09– 55–2024

Стор. 2 з 23

Навчально-методичний комплекс розробила:

доцент,




кандидат історичних наук, доцент  Людмила БОЖУК

Навчально-методичний комплекс обговорено та схвалено на засіданні кафедри історії та документознавства, протокол № 10 від «08» жовтня 2024 р.

Завідувач кафедри



Ірина ТЮРМЕНКО

Навчально-методичний комплекс обговорено та схвалено на засіданні НМРР Факультету лінгвістики та соціальних комунікацій, протокол № 
від «»  2024 р.

Голова НМРР



Анжеліка КОКАРСВА

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник



ЗМІСТ НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО КОМПЛЕКСУ

Дисципліна «Стратегічні комунікації»
галузь знань 02 «Культура і мистецтво»
спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»
освітньо-професійна «Інформаційна аналітика та соціальні комунікації»
програма

№	Складова комплексу	Позначення електронного файлу ¹⁾	Наявність	
			друкований вигляд ²⁾	електронний вигляд ³⁾
1	Робоча програма	01_ Стратком_РП	12.01.09-19	x
2	Силабус	02_ Стратком_СЛ	x	x
3	Конспект лекцій/курс лекцій	03_ Стратком_КЛ		x
4	Лекції презентації	–	Кафедра історії та документознавства	x
5	Тестові завдання	05_Стратком_ТЗ	x	x
6	Модульні контрольні роботи ⁴⁾	06_ Стратком_МКР	12.01.09-39	x

¹⁾XXX – скорочена назва дисципліни (перші літери кожного слова з назви дисципліни)

²⁾ Вказується дата затвердження до друку та номер справи у Номенклатурі справ кафедри

³⁾ Вказується дата розміщення у інституційному депозитарії АБО дата та місце розміщення на кафедрі

⁴⁾ У вигляді переліку теоретичних питань та типових завдань для розв'язку, з яких формуватимуться білети для проведення модульної контрольної роботи



Система менеджменту якості.
Навчально-методичний комплекс
навчальної дисципліни
«Стратегічні комунікації»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
НМК 12.01.09–55–2024

Стор. 4 з 23

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА ІСТОРІЇ ТА ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з дисципліни «Стратегічні комунікації»

за спеціальністю

029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

Укладач:

кандидат історичних наук,

доцент  Людмила БОЖУК

Конспект лекцій розглянутий та схвалений
на засіданні кафедри історії та
документознавства

Протокол № 10 від «08» жовтня 2024 р.

Завідувач кафедри  Ірина ТЮРМЕНКО



Зразок

Лекція № 7

Тема лекції: Комунікаційні стратегії розвитку місцевого самоврядування

Мета: знайомство здобувачів вищої освіти із питаннями стратегічного планування у системі органів місцевого самоуправління, сучасними методиками реалізації стратегічної комунікації на рівні територіальних громад

План лекції

1. Стратегічні комунікації у системі органів місцевого самоврядування.
2. Стратегічне планування комунікації у системі органів місцевого самоуправління. Процес розробки стратегічних комунікацій.
3. Сучасні методики реалізації стратегічної комунікації органами місцевого самоврядування.
4. Роль лідера громади у формуванні стратегічного підходу до комунікації.
5. Соціально-комунікаційні інститути у розвитку стратегічних комунікацій на регіональному рівні.

У ході вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *стратегічні комунікації органів місцевого самоврядування, стратегічне управління, стратегічне планування, комунікаційна стратегія громади*

Зміст лекції

Перехід до відкритого суспільства та суспільства сталого розвитку надає громадянам право знати про діяльність влади, а владі – обов'язок своєчасно і в повному обсязі надавати інформацію громадянам та задовольняти їхні потреби. Децентралізація та інші реформи не зможуть бути успішно завершені, якщо люди їх не розуміють, а відтак – не приймають. Ціллю здійснення децентралізації є відхід від централізованої моделі управління у державі, забезпечення спроможності місцевого самоврядування та побудову ефективної системи територіальної організації влади в Україні, а у підсумку – створення і підтримка повноцінного життєвого середовища для громадян, надання високоякісних та доступних публічних послуг, становлення інститутів прямого народовладдя, задоволення інтересів громадян в усіх сферах життєдіяльності на відповідній території, узгодження інтересів держави та територіальних громад. У квітні 2014 р. Кабінетом Міністрів України була затверджена концепція реформування місцевого



самоврядування, яка складається з трьох напрямків: громади, райони та регіони. Децентралізацією влади передбачено систему організації місцевого самоврядування, яка враховуватиме 27 регіонів, 120–150 районів і 1500–1800 громад. Компетенції самоврядних органів реформованих територіальних громад визначають на основі законів «Про добровільне об'єднання територіальних громад» та «Про співробітництво територіальних громад». *Об'єднана територіальна громада – добровільне об'єднання мешканців декількох розрізнених сіл, селищ чи міст в один адміністративний центр.* Після об'єднання створюється новий адміністративний центр (як правило – найбільший населений пункт з об'єднаних), а у ньому – нова загальна *Європейською хартією місцевого самоврядування* визначені право і спроможність органів місцевого самоврядування здійснювати регулювання і управління суттєвою часткою публічних справ в інтересах місцевого самоврядування. Громадяни мають право на участь в управлінні державними справами, що передбачає найтісніший контакт з органами місцевого самоврядування та є одним із демократичних принципів врядування і підґрунтям демократичного політичного режиму. Саме на цьому рівні відбувається тісна взаємодія влади громадськості, що потребує налагодженого комунікаційного процесу з метою консенсусу, вибору оптимальних шляхів розвитку тощо.

Для досягнення успішних результатів урядових реформ необхідним є налагодження комунікації як двостороннього зв'язку між владою і суспільством посередництвом різних комунікаційних каналів й інструментів, тобто розробка й реалізація стратегічних комунікацій. В означеному контексті важливу роль відіграють органи місцевого самоврядування.

Стратегічні комунікації – управлінський підхід, при якому комунікації стають інструментом досягнення цілей (поточних чи майбутніх) та реалізації завдань для налагодження конструктивного діалогу та партнерства в громаді між владою, громадськістю та бізнесом. Ще одним важливим аспектом є те, що *стратегічні комунікації* – це ще й діяльність з вивчення громадської думки, метод залучення громадськості до процесу прийняття рішень на локальному рівні, моніторинг настроїв у громаді, а також забезпечення міжособистісного діалогу між керівниками та жителями громади.

Важливу роль у процесі досягнення стратегічних цілей розвитку територіальної громади, а саме реалізації програм соціально-економічного розвитку, відіграє якісна цілеспрямована та ефективна комунікація органів місцевого самоврядування з цільовими аудиторіями. Для досягнення визначених стратегіями і програмами цілей має бути сплановано комунікаційний процес, що передбачає узгодження позицій органу влади і територіальної спільноти. Ця потреба особливо актуалізується на місцевому рівні, де влада максимально наближена до громадянина, що передбачено реформою децентралізації, а запит на отримання якісної та своєчасної



інформації про її діяльність є об'єктивним правом кожного члена територіальної громади.

Моделі комунікативної взаємодії держави та громадянсько суспільства



У випадку першої і другої моделі – падіння довіри, наростання протесту, нелегітимність та неефективність влади. Третя модель – тимчасове зростання довіри з неминучим наступним падінням. Четверта і п'ята – зростання довіри, легітимність, стабільність та ефективність влади. Найбільш бажаним для демократичного суспільства є застосування органами державної влади двох останніх технологій – патронатної соціальної взаємодії та інформаційно-комунікативного партнерства, що сприятиме зростанню довіри, легітимності, стабільності та ефективності влади.

Сучасним інструментом управління розвитком місцевої громади в умовах швидких змін у зовнішньому середовищі і пов'язаної з цим невизначеності є стратегічне управління. Термін «стратегічне управління» уведений у лексику менеджменту в 1960–1970-х рр. з метою позначення відмінності між поточним управлінням та управлінням, що здійснюється на вищому рівні. *Стратегічне управління* – процес прийняття та здійснення стратегічних рішень, головною ланкою якого є стратегічний вибір, що ґрунтується на співставленні власного ресурсного потенціалу з можливостями та загрозами зовнішнього оточення.

Основоположним стратегічним документом для ОТГ є Стратегія розвитку, а комунікаційна стратегія є допоміжною для її реалізації та спирається на визначені в ній цілі та завдання. Комунікаційна стратегія має сприяти результативній роботі органу місцевого самоврядування та жителів громади в напрямку створення комфортних умов та досягненню ними цілей і завдань, що впроваджуються у рамках Стратегії розвитку територіальної громади, Програми соціально-економічного розвитку та інших проектів і



програм, що реалізуються на території громади.

Схема комунікаційна стратегії громади:



Стратегія – це не лише план діяльності органу самоврядування, але й можливість поінформувати мешканців про важливі заходи в перспективі кількох років. Як саме буде здійснюватись інформування часто зазначається в тексті стратегії. Найчастіше це:

- публікація повної версії стратегії на офіційному вебсайті громади;
- публікація найважливіших тез стратегії на головній сторінці вебсайту громади;
- публікації в місцевих медіа (інтерв'ю голови громади, витяги стратегії тощо);
- публікації у соціальних мережах.

Структура комунікаційної стратегії будується за ієрархічним принципом – від місії і до плану дій, бюджету та оцінки ефективності. Комунікаційна стратегія, зазвичай, представляється в якості внутрішнього документа і служить керівництвом для будь-якої діяльності в галузі засобів масової інформації та зв'язків з громадськістю, якою займається організація. Цей документ є «живим та гнучким», що означає: його можна доповнювати, змінювати, адаптовувати до змін та потреб, які є на часі в громаді. Комунікаційна стратегія повинна працювати для розвитку громади, а не лежати на полиці сільського голови як «продукт» проекту чи навіть спільної діяльності усіх зацікавлених сторін.

2. Розробка Стратегії ОТГ має кілька етапів:

- Підготовка до розроблення стратегії;
- Проведення стратегічного аналізу;
- Моделювання сценаріїв;
- Здійснення стратегічного вибору;
- Визначення пріоритетів;
- Формування програм і проєктів розвитку;
- Побудова системи моніторингу.

За кожним етапом стоїть велика організаційна, інтелектуальна робота, яка передбачає і громадську участь жителів громади. Усі етапи робіт над стратегією мають бути відкритими для громадськості, зокрема для різних груп жителів громади, які об'єднані спільними інтересами. В



основі комунікаційної стратегії громади завжди є головна ідея та концепція позиціонування, яку орган місцевого самоврядування повинен донести до ключових (цільових) аудиторій.

Завдання комунікаційної стратегії:

- домовитися про спільне бачення – погодити, як саме комунікації сприятимуть досягненню цілей розвитку громади, визначити спільні цілі, інтереси, потреби та проблеми, що стосуються комунікацій;

- провести діагностику – систематизувати наявні заходи, процеси, ресурси, тощо;

- визначити головне, сфокусувати зусилля – в умовах обмежених ресурсів пріоритизувати цілі та напрями;

- позбутися зайвого – чесно визнати, які підходи та діяльність слід змінити або припинити зовсім;

- організувати роботу – спланувати ресурси та процеси для досягнення стратегічних цілей;

- домовитися, що вважається успіхом – встановити реалістичні очікування та запровадити критерії оцінки;

- налагодити зворотній зв'язок (взаємодію) між місцевим самоврядуванням та цільовими групами, залучити мешканців до процесу прийняття рішень у громаді;

- посилити промоцію громади та її органів місцевого самоврядування як ззовні, так і в середині громади.

Комунікаційні стратегії можуть відрізнятися за структурою, однак будь-яка ефективна комунікаційна стратегія завжди включає блоки:

- *Вихідна інформація (аналіз ситуації, оцінка потреб)*
- *Цілі та завдання*
- *Хто комуні кує*
- *Цільова аудиторія*
- *Ключові повідомлення*
- *Інструменти комунікації*
- *Канали комунікації*
- *Індикатори досягнення результатів*
- *Ресурси.*

Обрати правильно інструменти та канали комунікації допоможе аналіз *цільової аудиторії*. Розуміння цільової аудиторії дозволяє точніше спрямовувати інформаційний вплив. Основні характеристики цільової аудиторії: стать, місце проживання, вік, сімейний стан, освіта, зайнятість, фінансовий стан, соціальний статус, а також спеціалізовані дані. *Портрет цільової аудиторії* допоможуть з'ясувати наступні питання:

1. Стать, вік, рівень доходу, статус, сімейний стан, професія – соціальний та демографічний портрет.

2. Де Ваша потенційна цільова аудиторія проводить час?



3. Які проблеми цільова аудиторія може вирішити шляхом звернення у орган місцевого самоврядування (ОМС)?

4. Які емоції чи асоціації викликає у цільовій аудиторії ОМС?

5. Які причини у цільовій аудиторії звертатися до ОМС?

Після того, як визначено цільову аудиторію, доцільно «поставити себе на її місце», відчувати, чим вона живе та цікавиться, і комунікувати з нею, використовуючи її мову, образи, цікаву для цих людей інформацію. Портрет цільової аудиторії корисний при розміщенні рекламних оголошень у мережі «Інтернет», де є такий інструмент, як *таргетинг* – можливість показу оголошень лише вибраній групі людей, яка має певні характеристики. Також варто пам'ятати, що кожен канал потребує своєї форми донесення інформації (один і той самий меседж повинен бути оформлений у різний спосіб у відповідності до каналу поширення та до цільової аудиторії).

Принципи розробки стратегічних планів.

Партнерство у процесі розробки планів є д важливим і необхідним для сталості, особливо у середовищі, яке постійно змінюється. До участі у цьому процесі запрошуються усі зацікавлені сторони – представники органів влади, громадських організацій, асоціацій, бізнес-спільнот, підприємці, активні представники громади тощо. У процесі розбудови стратегії має відбутись досягнення консенсусу між бізнесом, громадою та владою щодо майбутніх очікувань громади.

Співпричетність та колективна участь. Важливо заохотити посадовців, громадськість, всіх учасників та залучених сторін відчувати «співпричетність» до процесу, розуміння позицій влади, бізнесу та громади. Це сприяє розбудові партнерства та взаєморозуміння у громаді, повної підтримки та залучення до програм та проектів. Всі учасники повинні відчувати свій вплив на процес місцевого розвитку.

Єдність стратегії і тактики. Стратегія повинна бути трансформована у поточні плани дій та конкретні проекти. Стратегічний план є комбінацією бачення, довгострокових стратегічних цілей та середньострокових оперативних цілей, заходів, програм та проектів, які треба впроваджувати, щоб досягнути цілей стратегії.

Прозорість та загальнодоступність. Забезпечення прозорості процесів розроблення та реалізації стратегії, висвітлення їх у масмедіа, широке обговорення результатів, доступність та можливість участі зацікавлених сторін.

Багатогранність. Стратегія розвитку ОТГ має бути розроблена таким чином, щоб, наскільки можливо, поєднувати економічні, соціальні та



екологічні завдання. У тих випадках, коли таке поєднання є ускладненим, необхідно досягати певних компромісів.

Пріоритетність. Включення до стратегії головних напрямів, реалізація яких дасть змогу забезпечити гармонійний розвиток території.

Результативність. Спрямування всіх заходів, внесених до стратегії, на досягнення поставлених цілей.

Цілепокладання. Чітке формулювання мети та конкретних стратегічних цілей. *Об'єктивність.* Вибір стратегічних цілей будується на діагностиці внутрішніх та зовнішніх умов території, стратегічному аналізі життєдіяльності громади.

Ефективність. Визначення кількісного виразу співвідношення витрат і результатів поліпшення економічного та соціального стану території.

Компетентність. Забезпечення відповідності кола питань, на вирішення яких спрямована стратегія, та компетенції органів управління територіальним розвитком.

Спадкоємність. Залучення до процесу розроблення представників усіх зацікавлених сторін задля забезпечення спадковості в реалізації розробленої стратегії.

Альтернативність. Опрацювання альтернативних варіантів стратегії.

Ситуаційність. Виявлення, оцінка, урахування впливу внутрішніх чинників та зовнішнього середовища, можливих варіантів розвитку залежно від їх комбінації.

Безперервність та гнучкість – безперервний процес зворотного зв'язку між етапами процесу стратегічного планування через моніторинг та коригування. Підготовлений і затверджений стратегічний план піддається постійному моніторингу, аналізу та коригуванню. Кожен виконаний проект і кожне економічне покращення змінює середовище для майбутнього стратегічного планування.

Парадокс двоїстості. З одного боку, стратегія є динамічним документом, що може і навіть мусить коригуватися, з іншого боку, її потрібно притримуватись та виконувати. Не можна змінювати у затвердженій стратегії пріоритетні напрями розвитку, стратегічні цілі, але то можливо змінювати оперативні цілі, завдання програми чи проекти.

Відповідність бюджету. Стратегія має бути повністю інтегрована до бюджетного процесу, що забезпечить відповідність запланованих заходів, спрямованих на досягнення цілей, наявним фінансовим ресурсам та не дозволить їм перетворитися на «пусті побажання». Обмежений потенціал та часові рамки також позначатимуться на ступені досяжності очікуваних результатів.

Орієнтація на потреби й інтереси людей. Ефективна стратегія вимагає підходу, що ставить людей у центр уваги і забезпечує довготермінове покращення становища для громади.



Ієрархія стратегічних планів. Всі стратегічні плани, які стосуються різних сфер діяльності (стратегія сталого розвитку, енергозбереження, залучення інвестицій, стратегія водопостачання тощо), та відповідні їм плани дій повинні бути викладені у ієрархію пріоритетів і мати певний рівень підпорядкування.

Цілісність та інтегрованість. Розробка стратегічного плану громади здійснюється із урахуванням пріоритетів розвитку держави та регіону. Принцип визначає дотримання регіональних та загальнодержавних інтересів, а також використання системного підходу до побудови планів вищого чи нижчого рівня.

Ключове повідомлення – це найголовніша «велика ідея», яку аудиторія має запам'ятати або втілити як результат промови, інтерв'ю або презентації. *Рекомендації:* подумайте, що ваша аудиторія знає, і що ви хочете, аби вона зробила в результаті вашої комунікаційної діяльності; підлаштуйте своє повідомлення до потреб кожної аудиторії, до якої ви звертаєтесь, виходячи з її інтересів, цінностей та звичок. У меседжі важливе не тільки те, що ви говорите, але і те, що ви не говорите, або говорите обережно, аби не бути скомпрометованими чи неправильно інтерпретованими.

Меседж-бокс – ключові повідомлення – меседжі, які фігуруватимуть у медіа, під час ваших публічних виступів та інших комунікаціях, які направлені на успішне позиціонування Вашого власного іміджу, іміджу громади, чи бренду кампанії.

3. Використання різноманітних каналів комунікації з ОТГ. *Чат у вайбері.* Мета створення чату – стимулювати громаду до оперативного обміну інформацією, створення загального інформаційного простору для прийняття колективних рішень. У громадах, де послуги інтернет-провайдерів обмежені можна використовувати так звані «неформальні зустрічі з сільським головою», коли один раз на місяць голова ОТГ приїжджає у той чи інший населений пункт для неформального спілкування з мешканцями. Таким чином голова ОТГ завжди у курсі проблем, потреб та можливостей тієї чи іншої громади, що допомагає йому приймати правильні управлінські рішення для ефективного функціонування усієї ОТГ з урахуванням особливостей кожного населеного пункту. У свою чергу, громада бачить бажання допомогти та можливість бути залученою до життя усієї ОТГ.

Найактивніша комунікація про стратегію відбувається на етапі її розробки, зокрема через *офіційний сайт* громади, де публікуються: новини про засідання робочої групи; результати зустрічей з експертами, що супроводжують роботу над стратегією; опитувальники для мешканців; результати опитувань; оголошення про збір ідей проєктів; анонси громадських обговорень (консультацій).



Посилити офіційну комунікацію може *співпраця з медіа* – в тих громадах, де такі є. У сільській місцевості *важливим інформаційним каналом залишаються місцева преса, бюлетені та вісники громади*. Цю інформацію варто дублювати на офіційних *фейсбук-сторінках*, залежно від їхньої активності та популярності.

Організація інформаційних майданчиків під час масових заходів, зокрема до дня громади (міста, селища, села). *Використання місцевих свят як інформаційних приводів* для інформування про стратегію. Зокрема, добра нагода для цього – річниця утворення громади.

Створити електронну та/або друковану мапу громади, де позначити завершені та перспективні проєкти, локалізацію заходів з виконання стратегії *Створити тематичну рубрику* на сайті громади чи в друкованому віснику. *Залучити до інформування громадські організації, ОСНи* (вуличні та квартальні комітети), молодіжну раду тощо.

Розробка та упровадження опосередкованих інструментів взаємодії (підтримки) громади:

- маркетинг території
- розбудова системи комунікації
- створення корпоративної культури в громаді
- формування міжособистісної довіри та налагодження співпраці
- науково-технологічні парки, промислові зони, індустріальні парки
- розвиток дорожньої інфраструктури
- покращення комунальної інфраструктури
- розбудова відпочинкової інфраструктури
- покращення благоустрою території тощо
- удосконалення транспортного сполучення
- розвиток людських ресурсів
- створення успішного державно приватного партнерства
- розвиток туризму
- перепланування та реконструкція старих промислових ділянок та об'єктів нерухомості
- відродження історичного центру (міста, села, селища).

4. *Термін лідер («leader», англ.) є багатозначним і перекладається як той, хто веде за собою, йде попереду, показує шлях. Його можна представити у таких трактуваннях: це член групи, за яким вона визнає право приймати рішення в значущих для неї ситуаціях; це індивід, який має мету, здатний виконувати центральну роль в організації спільної діяльності і регулюванні взаємостосунків у групі; це авторитетна особа, яка уміє впливати на людей, сміливо бере на себе відповідальність і вірить в успіх; це людина, яка навчилася управляти собою, контролювати свої думки, слова, емоції і вчинки та передавати їх іншим для наслідування; це особистість, яка наділена визначеними якостями, вміннями, навичками та якій вірять, довіряють і яку*



люблять; це яскравий харизматик, якого сприймають, оцінюють як обдаровану особливими внутрішніми та зовнішніми рисами індивідуальність, здатну утримувати на собі інтерес, захоплювати, ефективно впливати на інших.

Лідерство є сучасною концепцією управління, в тому числі управління змінами, для якої має значення не рівень посади, а ступінь впливовості діяльності особи. Лідерство – нова якість управління людськими ресурсами. Якщо класичний менеджмент передбачав систематичне підштовхування працівників до того, що керівник вважає необхідно робити, лідерство – це вести працівників за собою до спільної мети, надихати їх так, щоб вони самі хотіли робити те, що є необхідним. Лідерство ґрунтується на ідеалах творчості, проактивності, стратегічного мислення, довіри та поваги до людей тощо. Стратегічне лідерство у публічному управлінні означає, перш за все, врахування об'єктивних тенденцій розвитку територіальної громади, орієнтацію на очікування людей, на їх пріоритетні потреби, опору на прогресивний досвід передових країн світу з надання якісних публічних послуг тощо. Така вимога передбачає усвідомлення лідером сучасних загальнолюдських цінностей, формування ментальності, що відповідає кращим управлінським інституційним стандартам демократичної професійної, етичної, конкурентної, комунікативної та іншої діяльності.

Система вимог до рівня компетентності лідера органу державної влади та публічного управління:

1. Особисті якості: дотримання принципів державної служби; самовдосконалення; орієнтація на результат; відповідальність.
2. Навички роботи з інформацією: збір даних та обмін інформацією; аналіз інформації; впровадження удосконалень та інновацій; стратегічне планування; прийняття управлінських рішень.
3. Управлінські навички: використання та управління ресурсами; планування, організація і виконання роботи; моніторинг та критичний аналіз надання послуг; адаптація до змін та управління ними.
4. Комунікативні навички: ефективна комунікація; уміння працювати в команді; управління та підтримка інших.



СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Базова

1. Про цілі сталого розвитку України на період до 2030 року: Указ Президента України від 30.09. 2019 №722/2029. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text>.
2. Капштик О.В. Поняття і сутність стратегічних комунікацій як засобу забезпечення національної безпеки. Державне управління. 2018. №16. С. 109-113. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/16_2018/23.pdf.
3. Кушнір О.В. Поняття та сутність стратегічних комунікацій у сучасному українському державотворенні. URL: <http://goal-int.org/ponyattya-tasutnist-strategichnixkomunikacii-u-suchasnomuukrainskomu-derzhavotvorenni/>.
4. Ліпкан В.А. Завдання національної системи стратегічних комунікацій. URL: http://sensor.net.ua/blogs/3697/zavdannya_natsonalno_sistemi_strategchnih_komu nkatsyi.
5. Ліпкан В. А. Роль стратегічних комунікацій в протидії гібридній війні проти України. URL: <http://goal-int.org/rol-strategichnixkomunikacij-v-protidii-gibridnij-vijni-proti-Ukraini/>.
6. Ліпкан В. А. Поняття та структура стратегічних комунікацій на сучасному етапі державотворення. URL: <http://stratcom.co.ua/ponyattya-ta-struktura-strategichnih-komunikatsij-nasuchasnomu-etapi-derzhavotvorennya/>.
7. Про національну безпеку України: Закон України від 21 червня 2018 року № 2469 ІІІ. Зі змінами внесеними згідно із Законом № 1702-ІХ від 09.08.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text>.
8. Про затвердження Концепції стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України: Наказ Міністерства Оборони від 12 листопада 2017 р. № 612. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0612322-17#Text>.
9. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 03 березня 2021 року № 179. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179>.
10. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України від 12 січня 2015 р. № 5/2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#Text>.
11. Про схвалення Стратегії розвитку бібліотечної справи на період до 2025 року «Якісні зміни бібліотек для забезпечення сталого розвитку України»: Розпорядження КМУ від 23 березня 2016 р. № 219-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/219-2016-%D1%80#Text>.
12. Сивак Т. В. Стратегічні комунікації у системі публічного управління України: монографія. Київ: НАДУ, 2019. 338 с.
13. Стратегічні комунікації: підручн. Київ: Вадекс, 2019. 446 с.



14. Стратегічні комунікації: словник / Т. В. Попова, В. А. Ліпкан / за заг. ред. В. А. Ліпкана. Київ: ФОП О. С. Ліпкан, 2016. 416 с.

15. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій: практ. посібн. / [Л. Компанцева, О. Заруба, С. Череватий, О. Акульшин; за заг. ред. О. Давліканової, Л. Компанцевої]. Київ: ТОВ «ВІСТКА», 2022. 278 с.
URL: http://fes.kiev.ua/n/cms/fileadmin/upload2/Book_28-06-2022_web-3.pdf.

16. Україна - 2030. Стратегія зміни майбутнього. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-12/ukraine-2030-1.pdf>.

17. Цілі сталого розвитку України до 2030 року. Проєкт 2017 року. URL: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ua/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf.

Допоміжна

18. Кулеба Д. Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Київ: Книголов, 2019. 384 с.

19. Сивак Т. Аналіз передумов становлення системи стратегічних комунікацій в державному управлінні. URL: <http://goal-int.org/analiz-peredumov-stanovlenniyasistemi-strategichnix-komunikacij-v-derzhavnomuupravlinni/>.

20. Фергюсон Н. Площі та вежі: соціальні зв'язки від масонів до фейсбуку. Київ: Наш формат, 2018. 552 с.

21. Фергюсон Н. Цивілізація: як Захід став успішним. Київ : Наш формат, 2018. 488 с.

Інформаційні ресурси в інтернеті

1. Електронна бібліотека НАУ. URL: <http://www.lib.nau.edu.ua/elbook/>.

2. Інституційний репозитарій НАУ. URL: <http://er.nau.edu.ua>.

3. Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/>.

4. Офіційний сайт Центру стратегічних комунікацій StratCom Ukraine. URL: <https://stratcomua.org/ua>.

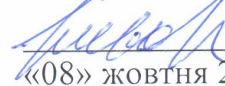


Зразок

ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
Кафедра історії та документознавства

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

 Ірина ТЮРМЕНКО
«08» жовтня 2024 р.


ТЕСТИ

з дисципліни «Стратегічні комунікації»

1. З якою державою пов'язують виникнення концепції стратегічних комунікацій:
 - США;
 - Сполучене Королівство;
 - Китай;
 - Японія.
2. Об'єктом інформаційного протиборства є:
 - усі перераховані;
 - інформаційні та психологічні ресурси;
 - інформаційна інфраструктура;
 - масова й індивідуальна свідомість громадян.
3. Стратегія поведінки у конфлікті – це
 - організація усіх необхідних заходів для переговорів між суб'єктами міжнародного конфлікту;
 - рівень загострення суперечностей між сторонами конфлікту;
 - орієнтація учасника стосовно конфлікту, настанова щодо певних форм поведінки в ситуації конфлікту;
 - набір типових процедур направлених на врегулювання конфлікту.

Розробник к.і.н., доц. Людмила БОЖУК



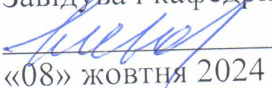
	Система менеджменту якості. Навчально-методичний комплекс навчальної дисципліни «Стратегічні комунікації»	Шифр документа	СМЯ НАУ НМК 12.01.09–55–2024
		Стор. 18 з 23	

Зразок

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
Кафедра історії та документознавства

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри


 Ірина ТЮРМЕНКО
 «08» жовтня 2024 р.

Перелік теоретичних питань та типових завдань для розв'язку
для проведення модульної контрольної роботи

1. Предмет, завдання і концепція курсу «Стратегічні комунікації». Сутність поняття «стратегічні комунікації».
2. Охарактеризуйте стратегічні комунікації в органах публічної влади.
3. Охарактеризуйте роль національних стратегічних наративів у конструюванні міжнародної політики держави.
4. Охарактеризуйте сутність та зміст стратегічних комунікацій в управлінні підприємств і організацій.
5. Розкрийте роль і значення стратегічних комунікацій у міжнародних відносинах.
6. Охарактеризуйте процес розробки стратегічних комунікацій органів місцевого самоврядування.
7. Охарактеризуйте поняття і сутність стратегічних комунікацій як засобу забезпечення національної безпеки.
8. З'ясуйте місце і роль зв'язків з громадськістю у контексті стратегічних комунікацій.
9. З'ясуйте сутність поняття «стратегічне управління системою комунікацій підприємства». Подайте структуру комунікацій сучасного підприємства.
10. Охарактеризуйте стратегічні комунікації в інформаційній політиці України.
11. Стратегічні комунікації у системі органів управління. Поняття стратегії та її роль у системі комунікацій.
12. Охарактеризуйте систему стратегічних комунікацій України. Опишіть її модель.
13. Охарактеризуйте вплив стратегічних комунікацій на трансформацію внутрішнього потенціалу країни (в економічній, технологічній, інтелектуальній, інформаційній сферах) у її зовнішній політиці.



14. Проаналізуйте поняття, характерні риси стратегічного наративу.
15. З'ясуйте причини створення НАТО у 2014 році Центру передового досвіду з питань стратегічних комунікацій.
16. Охарактеризуйте поняття «соціальна адекватність». Охарактеризуйте соціальну адекватність як чинник стратегічних комунікацій.
17. Охарактеризуйте роль стратегічних комунікацій у міжнародних відносинах.
18. Проаналізуйте стратегічний контекст у сфері публічної дипломатії.
19. Охарактеризуйте систему внутрішніх комунікацій організації як складову стратегічного управління підприємством.
20. Прокоментуйте думку в контексті стратегічних комунікацій: «Механізм забезпечення підтримки місцевого населення, населення країни в цілому та міжнародної спільноти є критично важливим для розв'язання конфлікту».
21. Подайте характеристику ключового повідомлення як основи стратегічних комунікацій.
22. Визначте шляхи подолання негативних стереотипів про Україну та альтернативне смислове поле для формування позитивного образу України.
23. Охарактеризуйте значення зовнішніх комунікацій організації у структурі її стратегічних комунікацій.
24. Прокоментуйте тезу: «Адаптація технологій стратегічних комунікацій відповідно до соціокомунікативних структур суспільства й держави є необхідною складовою їх успішного функціонування».
25. З'ясуйте роль і значення стратегічного планування комунікацій у системі органів управління.
26. Проаналізуйте стратегічний наратив як ключовий змістовний елемент усієї інформаційної (у тому числі й пропагандистської) діяльності держави.
27. З'ясуйте та охарактеризуйте основні складові стратегічних комунікацій.
28. Визначте та проаналізуйте ключові питання, на яких необхідно сфокусувати увагу під час планування заходів в процесі стратегічної комунікації.
29. Охарактеризуйте роль і значення зв'язків з громадськістю у контексті стратегічних комунікацій органів публічної влади.
30. Визначте та опишіть основні блоки завдань, які необхідно проаналізувати при підготовці до реалізації процесу стратегічної комунікації.
31. Охарактеризуйте форми і методи реалізації «м'якої сили» у зовнішньополітичній діяльності міжнародних організацій (НАТО, ЄС).
32. Охарактеризуйте основні принципи стратегічних комунікацій.



33. З'ясуйте та проаналізуйте структуру стратегічних комунікацій, визначеній у Военній доктрині України.
34. Проаналізуйте передумови становлення системи стратегічних комунікацій у державному управлінні України.
35. Визначте та охарактеризуйте фактори, що впливають на ефективність стратегічних комунікацій організацій.
36. Охарактеризуйте ключове повідомлення як основу стратегічної комунікації. Прокоментуйте методи розробки ключових повідомлень.
37. Охарактеризуйте роль лідера громади у реалізації стратегічних комунікацій органами місцевого самоврядування.
38. З'ясуйте сутність та зміст стратегічних комунікацій у системі державного управління.
39. Охарактеризуйте Національну економічну стратегію України на період до 2030 року в контексті глобалізаційних процесів сьогодення.
40. Проаналізуйте процес реалізації стратегічних комунікацій у секторі безпеки і оборони України.
41. Охарактеризуйте місце і значення стратегічних комунікацій у процесі впровадження і реалізації реформ в Україні.
42. Проаналізуйте основні завдання національної системи стратегічних комунікацій за В. Ліпканом.
43. Цільова аудиторія: сутність поняття, методика формування портрета цільової аудиторії, .
44. З'ясуйте сутність поняття «комунікаційна стратегія». Охарактеризуйте її елементи.
45. Охарактеризуйте роль і значення стратегічних комунікацій у діяльності об'єднаних територіальних громад.
46. Охарактеризуйте комунікаційні стратегії як інструмент взаємодії органів місцевого самоврядування і суспільства.
47. Проаналізуйте передумови становлення системи стратегічних комунікацій у державному управлінні України.
48. Охарактеризуйте сутність та зміст стратегічних комунікацій в управлінні організаціями.
49. З'ясуйте можливості стратегічних комунікацій у боротьбі з радикалізацією і запобіганні конфліктів.
50. Охарактеризуйте основні компоненти системи стратегічних комунікацій у контексті трансформацій сучасного комунікаційного простору.
51. Охарактеризуйте сутність та зміст стратегічних комунікацій в управлінні підприємств і організацій.
52. Прокоментуйте наступне твердження: «Стратегічні комунікації у суспільстві знань перетворюються в системоутворюючу складову сучасної цивілізації та виступають умовою її глобальних



- трансформацій».
53. Охарактеризуйте основні напрями підвищення ефективності стратегічних комунікацій організації.
 54. З'ясуйте роль і значення іміджу у формуванні конкурентної стратегії підприємств і організацій.
 55. Охарактеризуйте ключове повідомлення як основу стратегічної комунікації. Опишіть методи розробки ключових повідомлень.
 56. Комунікаційна стратегія організації: розробка, запровадження, оцінка ефективності.
 57. Охарактеризуйте цілі та завдання стратегічних комунікацій у державному управлінні.
 58. Охарактеризуйте сутність поняття «кризові комунікації». З'ясуйте правила комунікації у кризових ситуаціях.
 59. Охарактеризуйте етапи розвитку кризової ситуації. Опишіть можливі умови управління проблемами.
 60. Охарактеризуйте нормативно-правове регулювання кризових ситуацій в Україні. Чинники, що сприяють ефективній комунікації в умовах кризи і війни.

Розробник к.і.н., доц. Людмила БОЖУК



Система менеджменту якості.
Навчально-методичний комплекс
навчальної дисципліни
«Стратегічні комунікації»

Шифр
документа

СМЯ НАУ
НМК 12.01.09–55–2024

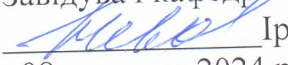
Стор. 22 з 23

Зразок

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
Кафедра історії та документознавства

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

 Ірина ТЮРМЕНКО
«08» жовтня 2024 р.

МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА № 1
з дисципліни «Стратегічні комунікації»

БІЛЕТ 4

1. Стратегічні комунікації у системі органів управління. Поняття стратегії та її роль у системі комунікацій.
2. З'ясуйте місце і роль зв'язків з громадськістю у контексті стратегічних комунікацій.
3. Опишіть зовнішні фактори, які визначають вибір стратегій в області комунікацій підприємств.

Розробник к.і.н., доц. Людмила БОЖУК





(Ф 03.02 – 01)

АРКУШ ПОШИРЕННЯ ДОКУМЕНТА

№ прим.	Куди передано (підрозділ)	Дата видачі	П.І.Б. отримувача	Підпис отримувача	Примітки

(Ф 03.02 – 02)

АРКУШ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З ДОКУМЕНТОМ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Підпис ознайомленої особи	Дата ознайомлення	Примітки

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла зміну	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	зміненого	заміненого	нового	анульованого			

(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІЇ РЕВІЗІЙ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності