


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародних комунікацій та цифрової дипломатії

Затверджено
на засіданні кафедри міжнародних
комунікацій та цифрової дипломатії
факультету міжнародних відносин
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № 1 від 30.08.2024 р.)
Завідувач кафедри
 доц. Вовк Р.В.

СИЛАБУС

з нормативної навчальної дисципліни

**«СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ», що викладається в межах ОПП
«Стратегічні комунікації та цифрова дипломатія» другого
(магістерського) рівня вищої освіти для здобувачів спеціальності 291
Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії**

Назва дисципліни	Стратегічні комунікації
Адреса викладання дисципліни	м. Львів, вул. Січових Стрільців, 19
Факультет та кафедра, за якими закріплена дисципліна	Факультет міжнародних відносин, кафедра міжнародних комунікацій та цифрової дипломатії
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	галузі знань 29 Міжнародні відносини спеціальність 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
Викладачі дисципліни	Іжнін Ігор Ігорович, к. політ. н., доцент кафедри міжнародних комунікацій та цифрової дипломатії.
Контактна інформація викладачів	igor.izhnin@lnu.edu.ua , igor.izhnin@gmail.com
Консультації з питань навчання по дисципліні відбувається	Консультації відбуваються в четвер з 11:00 по 12:00, або за попередньою домовленістю з навчальною групою (можливе проведення консультацій он-лайн на платформі Zoom або MicrosoftTeams.
Сторінка дисципліни	Посилання на сторінку курсу на сайті факультету
Інформація про дисципліну	Дисципліна «Стратегічні комунікації» є дисципліною освітньої програми «Стратегічні комунікації та цифрова дипломатія» зі спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». Курс передбачає 8 лекційних та 8 семінарських занять, 58 год. – самостійної роботи. (3 кредити ЄКТС)
Коротка анотація дисципліни	Передбачається, що студенти отримають знання та навички, необхідні для аналізу систем комунікування стратегічного рівня, що здійснюються в міжнародному інформаційному просторі. Курс передбачає вивчення теоретичних засад та принципів організації та здійснення комунікативної діяльності акторів міжнародних відносин, які готують і поширюють стратегічні наративи в цілях реалізації політичних, економічних інформаційних завдань на міжнародній арені в умовах трансформації глобального інформаційного середовища; вивчення організації комунікативної взаємодії відповідальних органів та організацій в рамках розгалужених систем поширення стратегічно важливої з точки зору реалізації зовнішньополітичних інтересів держави/суспільства інформації; забезпечення стійкості і живучості інформаційно-комунікативних систем в умовах динамічних змін інформаційного середовища та інформаційної протидії суперників/супротивників на міжнародній арені. Семінарські заняття орієнтовані на практичну підготовку майбутніх фахівців в області аналізу комунікативної ситуації та середовища, підготовку планів та програм комунікативних кампаній, визначення характеристик цільових аудиторій та каналів комунікації із ними, формування комплексу комунікативних заходів для здійснення комунікативного впливу на аудиторію.
Мета та цілі дисципліни	Метою курсу «Стратегічні комунікації у міжнародних відносинах» є розвиток загальних та фахових компетентностей, необхідних для підготовки магістрів зі спеціальності 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії, в галузі здійснення комунікативної діяльності на міжнародній арені в умовах зростання значущості інформаційного компонента в діяльності акторів міжнародних відносин. Основні цілі курсу: поглиблення теоретичної фахової підготовки в галузі комунікацій; вивчення і засвоєння принципів та правил стратегічних комунікацій

	<p>у сфері міжнародних відносин, здобуття практичних навичок, необхідних для організації інформаційних кампаній стратегічного рівня; здобуття компетентностей для формування планів та програм стратегічних кампаній з інформування та впливу на цільові аудиторії відповідних акторів міжнародних відносин.</p> <p>Зокрема забезпечується здобуття таких загальних (ЗК) і фахових (ФК) компетентностей.</p> <p>ЗК3. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми</p> <p>ЗК6. Здатність працювати в міжнародному контексті</p> <p>ЗК7. Здатність працювати в команді</p> <p>ФК5. Здатність аналізувати та прогнозувати міжнародні відносини у різних контекстах, зокрема політичному, безпековому, правовому, економічному, суспільному, культурному та інформаційному</p> <p>ФК7. Здатність здійснювати прикладні аналітичні дослідження проблем міжнародних відносин та світової політики, суспільних комунікацій, регіональних студій, професійно готувати аналітичні матеріали та довідки.</p> <p>ФК12. Здатність організовувати та здійснювати інформаційні комунікаційні кампанії на стратегічному рівні державного управління</p>
<p>Література для вивчення дисципліни</p>	<p><u>Основна література:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bernal A., Carter C., Singh I., Cao K., Madrepela O. <i>Cognitive Warfare</i>. – NATO / John Hopkins University. – 45 p. 2. Bolt N., Stolze M., Haiden L., Althuis J. <i>Understanding Strategic Communications</i>. The NATO Strategic Communications Centre Of Excellence. Riga, May 2023. – – [Electronic Resource]. Available at: https://stratcomcoe.org/pdfjs/?file=/publications/download/Terminology-Report-No3-DIGITAL.pdf?zoom=page-fit 3. Ekman. I. Ukraine’s Information Front. Strategic Communication during Russia’s Full-Scale Invasion of Ukraine [Електронний ресурс] : FOI-R--5451--SE : April 2023 / I. Ekman, P.-E. Nilsson // FOI. – Режим доступу : https://www.foi.se/en/foi/reports/report-summary.html?reportNo=FOI-R--5451--SE 4. Formichella L. The Five Fundamental Principles of Strategic Communications [Електронний ресурс] / L. Formichella // Noodle. – Режим доступу : https://resources.noodle.com/articles/strategic-communications-principles/ . 5. Holtzhausen Derina, Fullerton Jami A., Lewis Bobbi Kay and Shipka Danny. <i>Principles of Strategic Communication</i>. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2021. – 341 p. 6. Koziej S. Ukraine’s strategic communication in the war with Russia [Електронний ресурс] : January 18, 2023 / S. Koziej // GIS. – Режим доступу : https://www.gisreportsonline.com/r/ukraine-strategic-communication/. 7. <i>Strategic Communication in Context Theoretical Debates and Applied Research</i>. Sara Balonas, Teresa Ruão and María-Victoria Carrillo (Eds.). - Braga: UMinho Editora/Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, 2021. – 431 p. 8. <i>The Routledge Handbook of Strategic Communication</i>. Edited by Derina Holtzhausen and Ansgar Zerfass. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2015. – 596 p. 9. Vollenbroek W.B., Vries S.A. de, Constantinides E. Identification of influence within the social media https://ris.utwente.nl/ws/portalfiles/portal/5599708/Identification+of+influence+with+the+social+media+Vollenbroek.pdf 10. Компанцева Л. Ф. <i>Лінгвістична експертиза соціальних мереж</i> : підручник / Л. Ф. Компанцева. – К. : НА СБУ, 2018. – 318 с. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://academy.ssu.gov.ua/uploads/p_157_69768187.pdf

11. Кулеба Д. Війна за реальність. Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот". Видавництво #книголав, 2022. – 384 с.
 12. Ожеван М. А. Глобальна війна стратегічних нарративів: виклики та ризики для України. Стратегічні перспективи № 4 (41), 2016, сс. 30-40. <https://ippi.org.ua/sites/default/files/ozevan.pdf>
 13. *Рекомендації та кращі кейси реалізації стратегічних комунікацій в умовах війни* : практичний довідник / [В. Азарова та ін. ; за заг. ред. Л. Компанцевої]. Київ : 7БЦ, 2023. 232 с. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://nasbu.edu.ua/uploads/n_526_52833748.pdf
 14. Сивак Т.В. *Стратегічні комунікації у системі публічного управління України* : монографія / Т.В. Сивак. Київ: НАДУ, 2019. – 338 с.
 15. *Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця* : монографія / [В. Азарова та ін. ; за заг. ред. Л. Компанцевої]. Київ : НА СБУ, 2021. 500 с. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://academy.ssu.gov.ua/uploads/p_157_93159068.pdf
- Додаткова література:
1. Paul C. *Getting Better at Strategic Communication*. – [Electronic Resource]. Available at: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/testimonies/2011/RAND_CT366.pdf
 2. Marcellino William M. *Revisioning Strategic Communication Through Rhetoric and Discourse Analysis* // JFQ 76, 1st Quarter 2015. – [Electronic Resource]. Available at: https://ndupress.ndu.edu/Portals/68/Documents/jfq/jfq-76/jfq-75_52-57_Marcellino.pdf
 3. Schoen Fletcher and Lamb Christopher J. *Deception, Disinformation, and Strategic Communications: How One Interagency Group Made a Major Difference* // Strategic Perspectives 11. Center for Strategic Research/Institute for National Strategic Studies/National Defense University. - National Defense University Press
 4. Washington, D.C. – June 2012. – 155 p. – [Electronic Resource]. Available at: <https://ndupress.ndu.edu/Portals/68/Documents/stratperspective/inss/Strategic-Perspectives-11.pdf>
 5. *Стратегічні комунікації як війни нарративів*. – [Електронний ресурс]. Режим доступу:
 6. «Стратегічний нарратив»: до проблеми реалізації сутнісної складової стратегічних комунікацій в Україні. Аналітична записка. – Національний інститут стратегічних досліджень. 03.11.2016. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyni-strategii/strategichniy-narativ-do-problemi-realizacii-sutnisnoi>
 7. Christianson C.V. and Topic George. *Strategic Planning A “How-to” Guide* //
 8. JFQ, Issue 74, 3rd Quarter 2014. – [Electronic Resource]. Available at: https://ndupress.ndu.edu/Portals/68/Documents/jfq/jfq-74/jfq-74_80-83_Christianson-Topic.pdf
 9. Cunningham T. *Strategic Communication in the New Media Sphere* // JFQ, Issue 59, 4th Quarter 2010. – [Electronic Resource]. Available at: https://ndupress.ndu.edu/Portals/68/Documents/jfq/jfq-59/jfq-59_110-114_Cunningham.pdf?ver=QIOq6wtlgpzbbiuVxuVOEw%3D%3D
 10. Cicalese C. *Redefining Information Operations* // JFQ. – Issue 69, 2nd Quarter 2013. – [Electronic Resource]. Available at: https://ndupress.ndu.edu/Portals/68/Documents/jfq/jfq-69/JFQ-69_109-112_Cicalese.pdf
- Інтернет-джерела:
1. Центр стратегічних комунікацій – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://spravdi.gov.ua/>
 2. Центр стратегічних комунікацій Національної академії Служби безпеки України – [Електронний ресурс]. Режим доступу:

	<p>https://academy.ssu.gov.ua/ua/155-pro-centr-stratkomu-centr-strategichnih-komunikaciy</p> <p>3. Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони України – [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://cpd.gov.ua/</p> <p>4. Disinformation Analysis Center – [Electronic Resource]. Available at: https://www.debunk.org/</p> <p>5. NATO Strategic Communications Centre of Excellence (NATO StratCom COE) – [Electronic Resource]. Available at: https://stratcomcoe.org/</p>
Обсяг курсу	16 год. – лекцій, 16 год. – семінарські заняття, 58 год. – самостійна робота студента
Очікувані результати навчання	<p>Після завершення курсу здобувач буде:</p> <p><i>Знати:</i> принципи та засади, на основі яких здійснюються стратегічні комунікації; правила та принципи виділення аналізу цільових аудиторій, а також каналів комунікації з ними; знати і розуміти принципи та основи роботи в умовах трансформації і «цифровізації» глобального інформаційного простору</p> <p><i>Вміти:</i> аналізувати систему стратегічних комунікацій (актора міжнародних відносин), планувати та розробляти програму стратегічних комунікацій, формувати стратегічні наративи і ключові повідомлення комунікативної кампанії, оцінювати ефективність комунікативної кампанії.</p> <p>ПРН4. Аналізувати та оцінювати проблеми міжнародної та національної безпеки, міжнародні та інтернаціоналізовані конфлікти, підходи, способи та механізми забезпечення безпеки у міжнародному просторі та у зовнішній політиці держав.</p> <p>ПРН8. Вільно спілкуватися державною та іноземними мовами усно і письмово, з професійних і наукових питань.</p> <p>ПРН15. Здійснення інформаційного забезпечення системи прийняття рішень з врахуванням результатів моделювання та прогнозування міжнародно-політичних та економічних процесів.</p> <p>ПРН16. Організувати систему комунікацій між особами, відповідальними за прийняття рішень на локальному, регіональному та міжнародному рівнях. Забезпечувати комунікаційні кампанії в рамках реалізації державної інформаційної політики.</p>
Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)	<p>Комунікативні навички: вміння слухати співрозмовника, вміння вести переговори, переконувати; розуміння невербальних сигналів і комунікації; самопрезентація; вміння говорити на публіку; навички написання текстів, промов, виступів, ефективний обмін інформацією, в тому числі з використанням цифрових та мультимедійних засобів. Критичне мислення: логічне мислення; логічний виклад думок, структурування думок, навички нестандартного мислення; винахідливість, креативність; адаптивність. Емоційний інтелект: управління емоціями; вміння виявляти дружелюбність; стресостійкість і здатність приймати рішення в нестандартних умовах; здатність до емпатії. Адаптивність та гнучкість: здатність швидко адаптуватися до змін у робочому середовищі та швидко вирішувати проблем здатність позитивно сприймати зміни; вміння комплексно підходити до вирішення проблем. Самоорганізація: самодисципліна, самоконтроль; вміння концентруватися; бажання вчитися і постійно розвиватися. Групова робота: вміння організувати та виконувати роботу в складі групи.</p>
Ключові слова	Стратегічні комунікації; стратегічний наратив; програма стратегічної комунікативної кампанії; засоби, техніки, інструменти стратегічних комунікацій; канали комунікації.
Формат курсу	Очний
Теми	Див. Схему курсу нижче
Підсумковий контроль, форма	Залік в кінці 1 семестру
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з дисциплін: «Теорія і практика комунікацій», «Зовнішня політика»/«Міжнародні відносини і світова

	політика», «Зв'язки з громадськістю» для розуміння основних категорій та контексту, в якому здійснюються стратегічні комунікації в міжнародних відносинах.
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання	Презентації, лекції, групові дискусії, індивідуальні студентські дослідницькі проекти, самосовіта.
Необхідне обладнання	Мультимедійний проектор (дошка), ноутбук, доступ до мережі Інтернет, загальнодоступне програмне забезпечення.
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: <u>Контрольні заміри знань протягом семестру: 50%</u> .</p> <p>Оцінювання усної відповіді, виступу чи контрольної роботи здійснюється за 5-бальною шкалою:</p> <p>5 балів - студент в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання;</p> <p>4 бали - студент в достатній мірі володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Однак, при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань;</p> <p>3 бали - студент в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань;</p> <p>2 бали - студент не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, під час усних виступів та письмових відповідей, викладає його фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування), недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив менше половини тестових завдань;</p> <p>1 бал - студент частково володіє навчальним матеріалом, не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання;</p> <p>0 балів - студент не готовий до заняття, у письмовій роботі не надав правильних відповідей, не виконав жодного тестового завдання.</p> <p>Дослідницький індивідуальний проект №1 (Аналіз структури/мережі комунікацій актора міжнародних відносин/державного органу, що здійснює комунікативну діяльність у глобальному інформаційному просторі): 10% (10 балів).</p>

**Зарахування
результатів
неформальної
освіти**

Дослідницький індивідуальний проєкт №2 (Визначення та аналіз цільових аудиторій. Аналіз каналів комунікації з цільовою аудиторією): 10%. (10 балів)
Оцінювання індивідуальних завдань № 1 і 2 здійснюється за 10-бальною шкалою.

10 балів - робота виконана та захищена згідно з графіком, з поясненнями та висновками і в повному обсязі;

9-8 балів - робота захищена, але виконана з незначними неточностями, з порушенням термінів або вимог;

7-5 балів – робота захищена з допущенням несуттєвих помилок, недостатньою аргументацією, виконана з неточностями, в неповному обсязі з порушенням термінів;

4-1 бали – робота не захищена, виконана частково, з порушенням термінів та вимог;

0 балів – робота не виконана.

Дослідницький індивідуальний проєкт №3 (Розробка програми та плану стратегічної комунікативної кампанії для міжнародної інституції): 20% (20 балів)
Оцінювання індивідуальних завдань № 3 здійснюється за 20-бальною шкалою.

17-20 балів - робота виконана та захищена згідно з графіком, з поясненнями та висновками і в повному обсязі, наявні ілюстрації та унаочнення; робота виконана самостійно і оригінальним дослідженням.

12-16 балів - робота захищена, але виконана з незначними неточностями, з порушенням термінів або вимог; недостатній ілюстративний матеріал, або він не в повній мірі ілюструє кейси, що розглядаються.

8-11 балів – робота захищена з допущенням несуттєвих помилок, недостатньою аргументацією, виконана з неточностями, в неповному обсязі з порушенням термінів; недостатньо структурована і бракує оригінальних авторських висновків.

1-7 бали – робота не захищена, виконана частково, з порушенням термінів та вимог; не містить ілюстративного матеріалу, містить багато запозичень.

0 балів – робота не виконана.

7 балів із підсумкової оцінки здобувачі можуть отримати за рахунок засвоєння матеріалу освітнього серіалу «Кризові комунікації» (Експерти: Наталія Алюшина, Валерія Польська), розміщеного на порталі «Дія Освіта» (<https://osvita.diiia.gov.ua/courses/crisis-communications>) і успішно пройшовши фінальний тест в рамках даного курсу (0,2 кредити ЄКТС),

3 бали за рахунок засвоєння матеріалу освітнього серіалу «Цифрова журналістика» (Експерти: Севгіль Мусаєва, Максим Скубенко, Роман Кравець та ін.), розміщеного на порталі «Дія Освіта» (<https://osvita.diiia.gov.ua/courses/digital-journalism>) і успішно пройшовши фінальний тест в рамках даного курсу (0,1 кредити ЄКТС). Результати проходження підтверджуються відповідними сертифікатами.

Розподіл балів

Поточний та модульний контроль					РАЗОМ – 100 балів
Семінар- ські заняття (50 балів)	Індиві- дуальне дослід- ницьке завдання №1 (10 балів)	Індиві- дуальне дослід- ницьке завдання №2 (10 балів)	Індиві- дуальне дослід- ницьке завдання №3 (20 балів)	Онлайн -курси (10 балів)	
Разом за семестр 100 балів					

Підсумкова максимальна кількість балів – 100.

Академічна доброчесність: дослідницькі проекти мають бути оригінальними, самостійним дослідженнями здобувачів. Порухення академічної доброчесності не толерується.

Критерії оцінювання за курсом відповідають «Положенню про забезпечення академічної доброчесності у Львівському національному університеті імені Івана Франка» (Режим доступу: https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/reg_academic_virtue.pdf).

Дотримання правил академічної доброчесності полягає в:

- самостійному виконанні навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання;
- обов'язкове посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються, а саме:

- академічного плагіату - оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості) та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства;
- самоплагіату - оприлюднення (частково або повністю) власних раніше опублікованих наукових результатів як нових наукових результатів;
- фальсифікації - свідомої зміни чи модифікації вже наявних даних, що стосуються освітнього процесу чи наукових досліджень;
- списування - виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання, зокрема під час оцінювання результатів навчання.

Відвідання занять є важливою складовою навчального процесу. В ході як лекцій, так і семінарських занять проводяться дискусії та проблемні бесіди, що покликано формувати критичне ставлення в здобувачів до всього комплексу проблем, пов'язаних із пропагандистською діяльністю у сучасних міжнародних відносинах. Очікується, що студенти відвідуватимуть усі заняття.

Уся література, яку студенти не зможуть здобути самостійно, надається викладачем лише в освітніх цілях і не передбачає тиражування, вільного поширення чи передачі третім особам.

Оцінка ЄКТС	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
A	90 – 100	відмінно	зараховано
B	81-89	добре	
C	71-80		
D	61-70	задовільно	
E	51-60		
FX	21-50	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
F	0-20	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Питання до екзамену (чи питання на контрольні роботи)

Питання для підготовки до підсумкового контролю базуються на прочитаному лекційному матеріалі та темах семінарських занять, на основі чого формуються тестові завдання.

Питання для підготовки до контролю

1. Поняття стратегічних комунікацій
2. Еволюція комунікативної діяльності організацій
3. Завдання стратегічних комунікацій
4. Принципи організації та здійснення стратегічних комунікацій
5. Складові стратегічних комунікацій
6. Трансформація комунікативного середовища і трансформація комунікативної діяльності організацій і державних органів управління
7. Компоненти комунікації – адаптація до новітнього інформаційного середовища
8. Поняття стратегічних наративів
9. Ключові повідомлення в контексті стратегічних комунікацій
10. Структура повідомлень
11. Принципи підготовки повідомлень в цілях стратегічних комунікацій
12. Стратегічне планування
13. Етапи стратегічного планування
14. Місце комунікації в стратегічному планування
15. Засоби комунікації – типи та види
16. Поняття комунікативної кампанії
17. Принципи організації комунікативної кампанії
18. Складові комунікативної кампанії
19. Етапи комунікативної кампанії
20. План комунікативної кампанії
21. Роль медіа у стратегічних комунікаціях
22. Медіапланування
23. Контроль каналів комунікації (принципи та методи)
24. Новітні медіа (засоби масової комунікації)
25. Менеджмент соціальних медіа
26. Цифровізація комунікативного середовища
27. Принципи та критерії оцінки ефективності стратегічних комунікативних кампаній
28. Комунікативні кампанії органів державної влади
29. Комунікація органів державної влади в умовах війни

	30. Стратегічні комунікації органів/організацій/інституцій, які забезпечують безпеку держави 31. Публічна дипломатія як елемент стратегічних комунікацій 32. Етика стратегічних комунікацій
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

Схема курсу

Тиждень	Тема, тези, план	Форми діяльності (заняття) – Лекція, самостійна, дискусія, групова робота	Література Ресурси в інтернеті	Завдання, год.	Термін виконання
1	<p>Стратегічні комунікації як специфічна сфера комунікативної діяльності</p> <p>1. Поняття «Стратегічних комунікацій» (СК)</p> <p>2. Еволюція та особливості СК (PR + Корпоративний PR + GR + Інформаційне протиборство+трансформація інформаційного-комунікативного середовища)</p> <p>3. Принципи СК</p>	Лекція (2 год.)	<p>1. Finn Frandsen, Winni Johansen. Strategic Communication. In book: The International Encyclopedia of Organizational Communication. – [Electronic Resource]. Available at: https://www.researchgate.net/publication/314756156_Strategic_Communication</p> <p>2. Derina Holtzhausen, Jami A. Fullerton, Bobbi Kay Lewis and Danny Shipka. Principles of Strategic Communication. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2021. – pp. 1-28.</p> <p>3. Сивак Т.В. Стратегічні комунікації у системі публічного управління України : монографія / Т.В. Сивак. Київ: НАДУ, 2019. – сс. 73-82.</p>	<p>I. <i>Аналіз структури/мережі комунікацій актора міжнародних відносин/державного органу, що здійснює комунікативну діяльність у глобальному інформаційному просторі. (18 год.)</i></p> <p>1. З'ясувати організаційну структуру актора міжнародних відносин державного органу, що здійснює комунікативну діяльність у глобальному інформаційному просторі.</p>	
2	<p>Цілі, завдання та функціонал в рамках СК</p> <p>1. Цілі і завдання СК</p> <p>2. Складові комунікативної діяльності в рамках СК</p> <p>3. Особливості сучасного комунікативного середовища</p>	Семинар (2 год.)	<p>1. Ruler Betteke van. Communication Theory: An Underrated Pillar on Which Strategic Communication Rests // International Journal of Strategic Communication, 12:4, 367-381, DOI: 10.1080/1553118X.2018.1452240</p> <p>2. Phillips Cheryl D. Toward a Theory of Strategic Communication: A Relationship Management Approach. United States Army War College, 2012. – 30 p.</p> <p>3. Carlile Liz. Making Communication Count: A Strategic Communications Framework. – June, 2011</p>	<p>2. З'ясувати наявність/місце підрозділів, які відповідають за стратегічні комунікації.</p> <p>3. Сформулювати місію/завдання актора міжнародних відносин державного органу, що здійснює</p>	

			<p>4. Kirk Hallahan. Organizational Goals and Communication Objectives in Strategic Communication // In “The Routledge Handbook of Strategic Communication”. Edited by Derina Holtzhausen and Ansgar Zerfass. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2015. – pp. 244-269</p> <p>5. Сивак Т.В. Стратегічні комунікації у системі публічного управління України : монографія / Т.В. Сивак. Київ: НАДУ, 2019. – 31-38 с.</p>	<p>комунікативну діяльність у глобальному інформаційному просторі. Співвіднести (проаналізувати) їх з точки зору відповідності напрямкам діяльності.</p>	
3	Стратегічний наратив та ключові повідомлення в рамках кампаній СК.	Лекція (2 год.)	<p>1. «Стратегічний наратив»: до проблеми реалізації сутнісної складової стратегічних комунікацій в Україні. Аналітична записка. – Національний інститут стратегічних досліджень. 03.11.2016. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyni-strategii/strategichniy-narativ-do-problemi-realizacii-sutnisnoi</p> <p>2. Derina Holtzhausen, Jami A. Fullerton, Bobbi Kay Lewis and Danny Shipka. <i>Principles of Strategic Communication</i>. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2021. – pp. 192-217.</p> <p>2. Kelly Page Werder. A Theoretical Framework for Strategic Communication Messaging // In “The Routledge Handbook of Strategic Communication”. Edited by Derina Holtzhausen and Ansgar Zerfass. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2015. – pp. 269-284.</p> <p>4. Сивак Т.В. Стратегічні комунікації у системі публічного управління України : монографія / Т.В. Сивак. Київ: НАДУ, 2019. – 91-109 с.</p>		
4	Повідомлення у СК	Семинар (2 год.)	<p>Kelly Page Werder. A Theoretical Framework for Strategic Communication Messaging // In “The Routledge Handbook of Strategic Communication”. Edited by Derina Holtzhausen and Ansgar Zerfass. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2015. – pp. 269-284.</p> <p>2. Derina Holtzhausen, Jami A. Fullerton, Bobbi Kay Lewis and Danny Shipka. <i>Principles of Strategic</i></p>		

			Communication. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2021. – pp. 192-217.	
5	Стратегія і стратегічне планування	Лекція (2 год.)	1. Derina Holtzhausen, Jami A. Fullerton, Bobbi Kay Lewis and Danny Shipka. Principles of Strategic Communication. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2021. – pp. 54-74.	II. <i>Визначення та аналіз цільових аудиторій. Аналіз каналів комунікації з цільовою аудиторією. (20 год.)</i>
6	План стратегічної комунікативної кампанії 1. Зв'язок стратегії діяльності Організації та комунікативної кампанії 2. Компоненти плану стратегічних комунікацій 3. Медіапланування і зв'язки з ЗМК.	Семинар (2 год.)	1. Derina Holtzhausen, Jami A. Fullerton, Bobbi Kay Lewis and Danny Shipka. Principles of Strategic Communication. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2021. – pp. 143-162. 2. STRATEGIC COMMUNICATION PLAN. Baldwin County Public Schools Baldwin County, Alabama. – [Electronic Resource]. Available at: https://sinhoanguyen.files.wordpress.com/2012/06/baldwin-county-public-schools-strategic-communication-plan.pdf	
7	Канали комунікації в стратегічних комунікативних кампаніях 1. Особа комунікатора 2. Опосередкована комунікація 3. Новітні засоби та платформи комунікації	Лекція (2 год.)	1. Derina Holtzhausen, Jami A. Fullerton, Bobbi Kay Lewis and Danny Shipka. Principles of Strategic Communication. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2021. – pp. 217-273. 2. Ivone de Lourdes Oliveira, Fábیا Pereira Lima, Isaura Mourão Generoso. Mediated Strategic Communication. Meaning Disputes and Social Practice. In “Strategic Communication in Context Theoretical Debates and Applied Research”. Sara Balonas, Teresa Ruão and María-Victoria Carrillo (Eds.). - Braga: UMinho Editora/Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, 2021. – pp. 131-151.	1. Ідентифікація і класифікація цільових аудиторій Організації 2. Визначення суспільно-політичних, культурних, психологічних характеристик цільових аудиторій. 3. Виявлення і характеристики комунікативних каналів, якими користуються цільові аудиторії. 4. Формулювання рекомендацій, щодо змісту, сенсів, способів подачі комунікативних повідомлень, призначених для цільових аудиторій.
8	Канали комунікації в стратегічних комунікативних кампаніях. 1. Особливості традиційних медіа та їхня роль у стратегічному комунікуванні	Семинар (2 год.)	1. Derina Holtzhausen, Jami A. Fullerton, Bobbi Kay Lewis and Danny Shipka. Principles of Strategic Communication. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2021. – pp. 217-273. 2. Natascha Zowislo-Grünewald and Franz Beitzinger. Identification of influence within the social media. In “Organisational and Strategic Communication Research:	

	<p>2. Нові (соціальні) медіа: особливості і специфіка</p> <p>3. Цифрові платформи комунікації</p>		<p>European Perspectives” Gisela Gonçalves, Ian Somerville & Ana Melo (Editors), - pp. 111-118.</p> <p>3. Lindsay Young and Willem Pieterse. Strategic Communication in a Networked World. In “The Routledge Handbook of Strategic Communication”. Edited by Derina Holtzhausen and Ansgar Zerfass. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2015. – pp. 93-112.</p> <p>4. Berna BERKMAN KÖSELERLİ. Strategic Communication Through New Media in US Diplomacy // Current Studies Over Social Sciences. – Iksad publishing house, 2018. – pp. 42-63</p>	
9	<p>Реалізація стратегічних комунікативних кампаній</p> <p>1. Завдання кампанії.</p> <p>2. Загальна схема організації та проведення комунікативної кампанії.</p> <p>3. Процес</p>	Лекція (2 год.)	<p>1. Derina Holtzhausen, Jami A. Fullerton, Bobbi Kay Lewis and Danny Shipka. Principles of Strategic Communication. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2021. – pp. 293-319.</p>	
10	<p>Реалізація стратегічних комунікативних кампаній</p> <p>1. Бюджет кампанії.</p> <p>2. Графік проведення кампанії.</p>	Семинар (2 год.)	<p>1. Derina Holtzhausen, Jami A. Fullerton, Bobbi Kay Lewis and Danny Shipka. Principles of Strategic Communication. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2021. – pp. 300-319.</p>	<p>III. Розробка програми та плану стратегічної комунікативної кампанії для міжнародної інституції/державного органу, що здійснює комунікативну діяльність у глобальному інформаційному просторі (20 год.)</p>
11	<p>Оцінка ефективності комунікативної кампанії</p> <p>1. Принципи та засади оцінки ефективності стратегічної комунікативної комунікації.</p> <p>2. Критерії ефективності комунікативної кампанії.</p>	Лекція (2 год.)	<p>Vollenbroek W.B., Vries S.A. de, Constantinides E. Identification of influence within the social media https://ris.utwente.nl/ws/portalfiles/portal/5599708/Identification+of+influence+within+the+social+media+Vollenbroek.pdf</p>	<p>1. Сформулювати цілі і завдання комунікативної кампанії Організації</p> <p>2. Виявлення проблем в комунікаціях Організації (аудит)</p> <p>3. Якими каналами комунікації користується Організація. Як</p>
12	<p>Оцінка ефективності комунікативної кампанії</p>	Семинар (2 год.)	<p>1. Derina Holtzhausen, Jami A. Fullerton, Bobbi Kay Lewis and Danny Shipka. Principles of Strategic</p>	

			Communication. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2021. – pp. 309-319.	організовані та як виконуються обов'язки по комунікації?	
13	Стратегічні комунікації у державному управлінні та публічній сфері України	Лекція (2 год.)	<p>1. Сивак Т.В. Стратегічні комунікації у системі публічного управління України : монографія / Т. В. Сивак. Київ: НАДУ, 2019. – 338 с.</p> <p>2. Комунікація влади та громадськості: інституційний аспект : анал. зап. / А. В. Баровська. – К. : НІСД, 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/articles/293/</p> <p>3. Charis Rice, Ian Somerville and John Wilson. Government communication in a post-conflict society: Contest and negotiation in Northern Ireland's consociational democratic experiment. In "Organisational and Strategic Communication Research: European Perspectives" Gisela Gonçalves, Ian Somerville & Ana Melo (Editors). - pp. 167-192.</p>	<p>5. Хто є Вашою аудиторією?</p> <p>6. Що ви хочете транслювати Аудиторії? (теми і ключові повідомлення)</p> <p>7. Чим Ви можете зачепити Аудиторію?</p> <p>8. Хто буде комунікувати?</p> <p>9. Як організований зворотній зв'язок?</p> <p>10. Який інструментарій/тактики варто використовувати в комунікаціях з ЦА?</p> <p>11. Що треба змінити в комунікаціях Організації?</p>	
14	Стратегічні комунікації України в секторі зовнішньої політики та безпеки. 1. Комунікація в умовах гібридної війни. 2. СК МЗС України 3. СК сектору безпеки України	Семинар (2 год.)	<p>1. Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця : монографія / [В. Азарова та ін. ; за заг. ред. Л. Компанцевої]. Київ : НА СБУ, 2021. 500 с. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://academy.ssu.gov.ua/uploads/p_157_93159068.pdf</p> <p>2. Стратегій МЗС України (Комунікаційна стратегія МЗС, Стратегія публічної дипломатії МЗС, Стратегія зовнішньополітичної діяльності України) – [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://mfa.gov.ua/pro-ministerstvo/strategiyi-mzs</p> <p>3. Стратегічні комунікації для фахівців сектору безпеки і оборони : практичний poradnik / [Л. Ф. Компанцева, О. В. Акульшин, М. О. Гай та ін. ; за заг. ред. Л. Ф. Компанцевої]. – Київ : Нац. акад. СБУ, 2019. – 212 с.</p> <p>4. Bernal A., Carter C., Singh I., Cao K., Madrepela O. Cognitive Warfare. – NATO / John Hopkins University. – 45 p.</p>	<p>12. Бюджет.</p> <p>13. Графік.</p>	

			5. Schoen Fletcher and Lamb Christopher J. Deception, Disinformation, and Strategic Communications: How One Interagency Group Made a Major Difference // Strategic Perspectives 11. Center for Strategic Research/Institute for National Strategic Studies/National Defense University. - National Defense University Press Washington, D.C. – June 2012. – 155 p. – [Electronic Resource]. Available at: https://ndupress.ndu.edu/Portals/68/Documents/stratperspective/inss/Strategic-Perspectives-11.pdf	
15	Етика стратегічних комунікацій	Лекція (2 год.)	1. Derina Holtzhausen, Jami A. Fullerton, Bobbi Kay Lewis and Danny Shipka. Principles of Strategic Communication. – New York and London: Routledge, Taylor & Francis, 2021. – pp. 96-120.	
16	Презентація студентських дослідницько-навчальних проєктів	Семінар - презентація (2 год.)		
	Всього	Лекції – 16 год Семінарські заняття – 16 год Самостійна робота – 58 год. Загалом: 90 год.		

ДОДАТКИ

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

для виконання в рамках курсу «Стратегічні комунікації»

Розробка програми та плану стратегічної комунікативної кампанії для міжнародної інституції.

А) Виберіть організацію чи урядову установу чи орган державної влади України, який здійснює функції в сфері зовнішньої політики. Проаналізуйте їх комунікативну діяльність.

Б) План-схема аналізу комунікативної роботи Організації/Установи

1. Визначити цілі/завдання інституції (Organization Vision & Mission)
2. Виявлення проблем в комунікаціях Організації (комунікативний аудит)
3. Якими каналами комунікації користується Інституція. Як виконуються обов'язки по комунікації?
5. Хто є Вашою аудиторією?
6. Що ви хочете транслювати Аудиторії?
7. Чим Ви можете зачепити Аудиторію?
8. Хто буде комунікувати?
9. Як організований зворотній зв'язок?
10. Який інструментарій/тактики варто використовувати в комунікаціях з ЦА?
11. ЩО треба змінити?
12. Бюджет.
13. Графік.

2. Визначте актуальні і перспективні цільові аудиторії для обраної Організації/Установи. Визначте критерії для визначення цільової аудиторії та її характеристики.

Характеристика цільової аудиторії (аналіз окремих кейсів)

1. Як визначити та використовувати цільову аудиторію сайту для підвищення прибутку - <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-opredelit-tselevuju-auditoriju-sajta>
2. Що таке портрет цільової аудиторії – <https://onpage.school/portret-czilovo%D1%97-auditori%D1%97/>
- 3.

Фокус-групи

Як правило, сценарій засідання фокус-групи містить в собі

7 основних складових:

1. Виклад цілей даного дослідження.
2. Визначення складу групи.
3. Вступне слово модератора (включає оголошення теми дискусії, регламент проведення, інструкції учасникам).
4. Початкова стадія. Знайомство з кожним респондентом і оголошення загальних положень проблеми.
5. Обговорення основної проблеми. Розглядаються широкі теми, в яких включається конкретна проблема (імідж кандидата, ставлення до певного продукту або події). Наприклад, якщо на засіданні досліджується оцінка конкретного політичного діяча, то ця частина сценарію повинна починатися з обговорення ідеалу політичного діяча, уподобань та мотивацій виборців.
6. Конкретне обговорення. У даній частині сценарію повинен міститися перелік конкретних питань і аспектів, про які замовник бажає отримати деталізовану інформацію. Таким чином, відбувається перехід від загальних питань до конкретних.
7. Фінальна частина. Може включати огляд висловлених позицій, додаткове обговорення думок, які були висловлені в ході дослідження. Вираження подяки за роботу.