



МАГІСТЕРСЬКІ ПРОГРАМИ

Master's Degree Program

Minor

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ В УПРАВЛІННІ

ОНП «Економічна дипломатія і GR-політики»

ОПП «Політика врядування в місті»

ОПП «Управління освітою»

спеціальності:

С 1 «Економіка та міжнародні економічні відносини»

С 2 «Політологія»

D 3 «Менеджмент»



СИЛАБУС MINOR

«Стратегічні комунікації в управлінні»



Мета – забезпечити цілісне розуміння стратегічних комунікацій, як ключового інструменту сучасного управління, публічної політики та економічної дипломатії, а також набуття здобувачами вищої освіти спеціальних (фахових) компетентностей з розробки, реалізації та моніторингу комунікаційних стратегій і розв'язання складних управлінських викликів в умовах багаторівневого врядування, інституційної взаємодії та глобальної невизначеності.

Minor «Стратегічні комунікації в управлінні» спрямований на формування і реалізацію унікальної індивідуальної траєкторії навчання здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти в межах ОНП «Економічна дипломатія і GR-політики», ОПП «Політика врядування в місті» і ОПП «Управління освітою» та орієнтований на підготовку конкурентоспроможних фахівців, здатних діяти як ефективні управлінці, комунікаційні лідери та агенти змін.

Minor забезпечує набуття практичних компетентностей у сфері стратегічних і публічних комунікацій шляхом опанування інструментів дизайн-мислення, підготовки policy briefs, івент-менеджменту, проектного підходу та комунікацій у публічній сфері. Особливий акцент зроблено на міждисциплінарній проектній роботі в межах студії «Peacebuilding & GRLab», що дозволяє інтегрувати комунікаційні, управлінські та політико-економічні підходи до розв'язання складних суспільних і управлінських викликів.

Здобувачі, які опанують Minor будуть здатні здійснювати ґрунтовний аналіз управлінських ситуацій з урахуванням умов невизначеності, розробляти та презентувати комплексні комунікаційно-управлінські рішення, у тому числі через підготовку й захист міждисциплінарного кейсу за Minor, з урахуванням сучасних міжнародних стандартів, принципів відповідального врядування і практик GR.



Minor складається з 5 дисциплін (15 кредитів ЄКТС – для ОНП «Економічна дипломатія і GR-політики») і 4 дисциплін (12 кредитів ЄКТС – для ОПП «Політика врядування в місті» та ОПП «Управління освітою») і дає можливість опанувати додаткові компетентності та результати навчання.





Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні професійні задачі та проблеми дослідницького та/або інноваційного характеру в сферах політології, менеджменту і міжнародних економічних відносин в умовах невизначеності із застосуванням міждисциплінарних інструментів на основі комплексного аналізу управлінських ситуацій та комунікаційних викликів, розробляти і впроваджувати ефективні комунікаційно-управлінські стратегії, реалізувати лідерські ініціативи, використовуючи інструменти дизайн-мислення, івент-менеджменту та публічних комунікацій.

Спеціальні (фахові) компетентності:



СКск01. Здатність застосовувати методологічний каркас формування управлінських і комунікаційних рішень, що поєднує дизайн-мислення, стратегічні комунікації та міждисциплінарну проектну діяльність, орієнтованих на потреби стейкхолдерів, суспільну цінність і практичну спрямованість у сферах публічної політики, GR та економічної дипломатії.



СКск02. Уміння аналізувати дані, будувати аргументації та розробляти переконливі аналітичні документи (policy briefs), які висвітлюють управлінські проблеми та містять практичні рекомендації для прийняття рішень стейкхолдерами та ведення професійного діалогу з громадськістю.



СКск03. Навички ефективного формування стратегічного сторітелінгу та ключових меседжів, управління кризовими комунікаціями та організації подій, як інструментів, що зміцнюють репутаційні та комунікаційні цілі організації.



СКск04. Здатність планувати та реалізовувати міждисциплінарні проекти GR (Government Relations), використовуючи інструменти стратегічної комунікації та навички ведення багатосторонніх перемовин для побудови партнерств.



СКск05. Здатність самостійно планувати, організувати та здійснювати міждисциплінарні дослідження, публічно презентувати їхні результати та інноваційні рішення, забезпечуючи ефективну фахову та науково-педагогічну комунікацію.



Результати навчання:



РНск01. Ідентифікувати управлінські проблеми, проектувати та презентувати комплексні комунікаційно-управлінські рішення з використанням інструментів дизайн-мислення, стратегічних комунікацій і проєктного підходу, з урахуванням інтересів ключових стейкхолдерів, суспільної цінності та практичних обмежень у публічній сфері, GR та дипломатичній діяльності.



РНск02. Застосовувати техніки аналізу даних та побудови аргументації для розробки якісних аналітичних документів (policy briefs), стратегічного сторітелінгу та формулювання переконливих меседжів, адаптованих під різні цільові аудиторії та під різних стейкхолдерів.



РНск03. Розробляти та реалізовувати повний цикл управління подіями (івент-менеджмент) як інструментами стратегічної комунікації, а також ефективно застосовувати навички кризових комунікацій для захисту репутації організації.



РНск04. Розробляти та впроваджувати власні проєкти, використовуючи інструменти GR, стратегічної комунікації та навички перемовин для побудови ефективних багатосторонніх партнерств з муніципалітетами, громадами та міжнародними організаціями.





РНск05. Застосовувати спеціалізовані концептуальні знання з управлінських, аналітичних і комунікаційних дисциплін для перетворення аналітичної інформації на практичні рішення та виконання експертно-аналітичних і консультаційних функцій у публічній і приватній сферах.





Перелік дисциплін за Minor «Стратегічні комунікації в управлінні»

	Назва дисципліни	 Лекції	Семінари/ Практичні	Самостійна робота
<i>2 – семестр</i>				
	<i>Дизайн-мислення</i>	10	20	60
	<i>Policy brief writing</i>	10	20	60
<i>3 – семестр</i>				
	<i>Івент-менеджмент</i>	10	20	60
	<i>Комунікації в публічній сфері</i>	10	20	60
<i>4 – семестр</i>				
	<i>Проектна студія «Peacebuilding & GRLab»</i>	10	20	60
	<i>Міждисциплінарний кейс за Minor</i>	-	-	90
	Всього:			



Семестр викладання: 2, 3, 4-й
 Форма підсумкового оцінювання: залік(и)
 Захист міждисциплінарного кейсу за minor



ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ І ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІН

ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ



ВИКЛАДАЧ:

ЛУЦИШИН Олег Орестович



кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри міждисциплінарної освіти НаУКМА

e-mail: o.lutsyshyn@ukma.edu.ua

Метою курсу є формування у здобувачів здатності системно застосовувати підхід дизайн-мислення для розробки, тестування та впровадження інноваційних рішень у бізнесі, публічному управлінні, освіті та соціальних проєктах в умовах невизначеності та складних викликів. Курс спрямований на розвиток креативного та критичного мислення, емпатії до потреб різних груп стейкхолдерів, навичок міждисциплінарної командної роботи, швидкого прототипування та прийняття рішень на основі зворотного зв'язку. Особливий акцент зроблено на клієнтоорієнтованому проєктуванні форматів, формуванні ціннісних пропозицій і побудові життєздатних бізнес-, освітніх та соціальних моделей.

У результаті вивчення курсу здобувачі навчатимуться аналізувати сучасні ринкові, управлінські та суспільні виклики, трансформувати ідеї у практичні рішення, створювати адаптивні формати та вдосконалювати наявні проєкти з урахуванням глобальних трендів і реальних потреб користувачів.

 Тема заняття	 Лекції	Семінари / Практичні	Самостійна робота
Тема 1. Креативне лідерство – основа дизайн-мислення	2	4	12
Тематичне наповнення <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Поняття креативного лідерства та його роль у складних системах.</i> ➤ <i>Креативне лідерство як управлінська компетенція XXI століття.</i> ➤ <i>Взаємозв'язок креативного лідерства та дизайн-мислення.</i> ➤ <i>Self-learning та Life Long Learning як умова інноваційності.</i> ➤ <i>Глобальні тренди майбутнього (економічні, соціальні, технологічні) як вхідні дані для дизайн-мислення.</i> 			
Акцент: <i>Лідер не як «генератор ідей», а як фасилітатор інноваційних процесів.</i>			



Тема 2. Design Thinking як методологія вирішення складних проблем	2	4	12
<p>Тематичне наповнення</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Сутність дизайн-мислення як людиноцентричної методології. ➤ Етап емпатії (empathize): робота з користувачами та стейкхолдерами. ➤ Формулювання проблеми (define) у складних середовищах. ➤ Генерація ідей (ideate): дивергентне та конвергентне мислення. ➤ Прототипування (prototype) як інструмент швидкого навчання. ➤ Тестування (test) та валідація гіпотез. 			
Інтерактив «Створення унікального бізнесового / соціального / освітнього формату на основі реальної проблеми»			
Тема 3. Customer-Centric Business Design: формування нового формату (ЩО є бізнес-форматом)	2	4	12
<p>Тематичне наповнення</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Підходи до генерування форматів та нових ідей. ➤ Етапи роботи над ідеями. ➤ Пошук нових та інноваційних підходів в реалізації проєктів. ➤ Деталізація ідей (перша концептуалізація ідей). ➤ Клієнтоорієнтований підхід до формування пропозиції. ➤ Вивчення потреби клієнта та формування ціннісної пропозиції. ➤ Формування конкурентних переваг згенерованої пропозиції. 			
Інтерактив «Генерація ідей та розробка бізнес-моделі за StartUp-методологією CCBD»			
Тема 4. Customer-Centric Business Design: функціонування формату (ЯК працює бізнес-формат)	2	4	12
<p>Тематичне наповнення</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Побудова бізнес-моделі та логіки створення цінності. ➤ Алгоритм роботи з ідеями: від інсайту до концепції. ➤ Прототипування процесів і продуктів. ➤ Комунікація зі стейкхолдерами, користувачами та партнерами. ➤ Перевірка життєздатності формату через зворотний зв'язок. 			
Інтерактив «Розробка комунікаційної складової бізнес-моделі за методологією CCBD»			
Тема 5. Customer-Centric Business Design: ресурси та масштабування (РЕСУРСИ для реалізації проєкту)	2	4	12
<p>Тематичне наповнення</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Людський капітал і командні ролі в інноваційних проєктах. ➤ Фінансові, організаційні та партнерські ресурси. ➤ Партнерства як інструмент масштабування. ➤ Оцінка ризиків і стійкості бізнес-формату. 			
Інтерактив «Аналіз ресурсів для запуску та реалізації бізнес-моделі за методологією CCBD»			
Презентація командного / індивідуального проєкту			
Всього:	10	20	60





ДЖЕРЕЛА / ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Основна:

1. Александер Остервальдер, Ів Пінье, Алан Сміт, Тріш Пападакос, Грег Бернарда. Створюємо бізнес-модель. Наш формат. 2018. 288 с.
2. Александер Остервальдер, Ів Пінье, Алан Сміт, Тріш Пападакос, Грег Бернарда. Розробляємо ціннісні пропозиції. Наш формат. 2017. 324 с.
3. Джим Ланкастер. Лідерство в стилі lean: шлях до постійного вдосконалення вашого бізнесу. Lean Institute Ukraine. 2023. 240 с.
4. C.J. Meadows, Charvi Parikh. The Design Thinking Workbook: Essential Skills for Creativity and Business Growth. Emerald Publishing. 2022. 364 p.
5. Jeanne Liedtka, Andrew King, Kevin Bennett. Solving Problems with Design Thinking: Ten Stories of What Works. Columbia University Press. 2013. 232 p.
6. Jeanne Liedtka, Tim Ogilvie. Designing for Growth: A Design Thinking Tool Kit for Managers. Columbia University Press. 2011. 248 p.
7. Larry Leifer, Patrick Link, Michael Lewrick. The Design Thinking Playbook: Mindful Digital Transformation of Teams, Products, Services, Businesses and Ecosystems. John Wiley and Sons Ltd. 2018. 352 p.
8. Nathan Crilly. Design Thinking and Other Approaches: How Different Disciplines See, Think and Act. Cambridge University Press. 2024. 75 p.
9. Tim Brown. Change by Design, Revised and Updated: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. HarperCollins Publishers. 2019. 304 p.
10. Tom Kelley. The Art Of Innovation. Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm. Profile Books. 2016. eBook ISBN 9781847656780. URL.: https://www.perlego.com/book/3708068/the-art-of-innovation-lessons-in-creativity-from-ideo-americas-leading-design-firm-pdf?utm_source=google&utm_medium=cpc&campaignid=20933451054&adgroupid=162926082892&gclid=CjwKCAiAiOa9BhBqEiwABCdG87zVbJyIMCJs2tuLci-mkumEMKg9IDMfbGSRzXxwolhK0N9Ak5n5hhoC_jsQAvD_BwE

Додаткова:

1. Тетяна Шевченко. Що таке дизайн-мислення: принципи, етапи та приклади. 2 Липня, 2023. URL.: <https://wizeclub.education/blog/shho-take-dizajn-mislennya-printsipi-etapi-ta-prikladi/>
2. Design Thinking for Educators. A free toolkit and workbook to help you design meaningful solutions in the classroom, in your school, and in your community. URL.: <https://designthinking.ideo.com/resources/design-thinking-for-educators>



ПІДГОТОВКА АНАЛІТИЧНОЇ ЗАПИСКИ (policy brief)

ВИКЛАДАЧ:

Яна ЖЕЛЯБОВСЬКА

старший викладач кафедри міждисциплінарної освіти НаУКМА

e-mail: ya.zheliabovska@ukma.edu.ua





Метою курсу є формування у здобувачів здатності системно розробляти, структурувати та застосовувати policy brief як інструмент аналітичного обґрунтування рішень, стратегічної комунікації та впливу на процес формування політики у публічному, міжнародному та корпоративному середовищі в умовах невизначеності та складних суспільних викликів.

Курс спрямований на розвиток аналітичного та стратегічного мислення, навичок роботи з доказовою базою, формування чітких і аргументованих рекомендацій, а також уміння інтегрувати policy brief у ширшу комунікаційну стратегію організації чи інституції.

Особливий акцент зроблено на поєднанні теорії формування порядку денного (agenda-setting), evidence-based policy та стратегічних комунікацій із практикою підготовки впливових документів для осіб, що ухвалюють рішення, стейкхолдерів та міжнародних партнерів.

У результаті вивчення курсу здобувачі навчатимуться визначати та структурувати політичні й управлінські проблеми, формулювати політичні альтернативи та рекомендації, адаптувати зміст документа до різних цільових аудиторій, презентувати результати у форматі policy briefing

 Тема заняття	 Лекції	Семінари/ Практичні	Самостійна робота
Тема 1. Policy Brief у системі стратегічних комунікацій	2	4	12
<p>Тематичне наповнення:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Policy brief як інструмент управлінської та публічної комунікації: цілі, функції, сфери застосування. ➤ Місце policy brief у комунікаційній архітектурі організації (внутрішні та зовнішні комунікації). ➤ Відмінності між policy brief, аналітичною і службовою запискою, меморандумом та публічною позицією інституції. ➤ Policy brief як інструмент формування узгодженої позиції та підтримки управлінських рішень. 			
Інтерактив 1. Проведення аудиту комунікаційних каналів			
Інтерактив 2. Формулювання комунікаційних цілей за методологією SMART			
Тема 2. Policy Brief як інструмент реалізації комунікаційної стратегії	2	4	12
<p>Тематичне наповнення :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Трансформація стратегічних цілей організації у конкретні комунікаційні документи. ➤ Policy brief як механізм узгодження меседжів і роботи зі стейкхолдерами (влада, громада, донори, міжнародні партнери). ➤ Адаптація policy brief до різних аудиторій та управлінських контекстів. ➤ Використання policy brief у кризових і чутливих комунікаційних ситуаціях. 			
Інтерактив PEST-аналіз комунікаційного середовища та спроможностей організації.			



Тема 3. Структура, логіка та аналітична модель Policy Brief	2	4	12
Тематичне наповнення :			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Класична структура policy brief: проблема, контекст, варіанти рішень, рекомендації. ➤ Формулювання управлінської проблеми та визначення її меж. ➤ Розробка альтернатив рішень та критерії їх оцінки (доцільність, ресурси, ризику, вплив). ➤ Забезпечення логічної послідовності та цілісності аргументації. 			
Інтерактив Побудова аналітичної моделі policy brief за методом Problem Tree Analysis			
Тема 4. Аргументація, дані та переконання	2	4	12
Тематичне наповнення:			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Принципи доказовості: використання статистичних даних, нормативної бази та експертних джерел. ➤ Формулювання переконливих і практично орієнтованих рекомендацій. ➤ Техніки логічної аргументації та уникнення маніпулятивних формулювань. ➤ Адаптація стилю та тону policy brief залежно від аудиторії (адміністративна, політична, міжнародна). 			
Інтерактив Оцінка комунікаційних навичок команди за методом Competency Mapping			
Тема 5. Презентація та просування Policy Brief	2	4	12
Тематичне наповнення :			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Підготовка policy brief: трансформація письмового документа в презентацію. ➤ Техніки короткої структурованої презентації для осіб, що ухвалюють рішення. ➤ Стратегії поширення policy brief у публічному та міжнародному середовищі. ➤ Оцінювання впливу policy brief на управлінські та політичні процеси. 			
Інтерактив Підготовка та презентація Policy Brief			
Всього:	10	20	60



ДЖЕРЕЛА / ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Основна:

1. USAID DOBRE. Посібник із розробки комунікаційної стратегії для територіальних громад. URL: <https://surl.lu/fahbku>
2. USAID Ефективні комунікації для громад: Посібник. URL: <https://surl.li/okytac>
3. USAID Основи публічних комунікацій для громад: Посібник. URL: <https://surl.li/lqbbbsd>
4. Maier, M. (2023/2024). Policy communications: How to write an effective policy brief.
5. Бабко, Ю., Матичак, Т., Саврун, М. (2018). Медіа-захід: інструкція з організації та проведення. ГО «Інтерньюз-Україна», Фонд Східна Європа, Програма USAID РАДА.
6. World Health Organization. (2024). Policy brief template: How to write an effective policy brief. WHO Regional Office for the Eastern Mediterranean.
7. Interreg Europe. Citizen Engagement. A Policy Brief from the Policy Learning Platform (February 2025).
9. Говорухіна, М. (2021). Стратегічна комунікація у громадських організаціях.
10. Сивак, Т. В. (2019). Стратегічні комунікації у системі публічного управління України. Київ.
11. Зарембо, К. (2024). Писати аналітику може кожен: мистецтво переконливого тексту.
12. Open Society Foundations. (2024). Як писати ефективні публічні політичні документи: переклад посібника Writing Effective Public Policy Papers. URL: <https://surl.li/cpwjhb>



ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕН



ВИКЛАДАЧ:

ПІЧИК Катерина Валеріївна



кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та управління бізнесом факультету економічних наук НаУКМА

e-mail: pichykkv@ukma.edu.ua



Метою курсу є формування у здобувачів вищої освіти знань з основ організації та проведення заходів різного масштабу та формату, розвиток навичок планування, бюджетування та координації подій, а також визначення інструментів маркетингу та просування івентів. Важливим аспектом дисципліни є формування компетентностей з управління командами та комунікації з підрядниками й клієнтами, набуття практичного досвіду щодо створення та реалізації власних івент-проектів.

У фокусі дисципліни – основи івент-менеджменту; стратегія та концепція івенту, планування та менеджмент івентів; бюджетування і фінансування проектів; маркетинг та просування подій; пост-івентний аналіз та оцінка ефективності.

 Тема заняття	 Лекції	Семінари/ Практичні	Самостійна робота
Тема 1. Основи івент-менеджменту	2	4	12
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Поняття івент-менеджменту. ➤ Основні цілі та завдання. ➤ Основні види івентів. 			
Інтерактив Кейси успішних та провальних івентів			
Тема 2. Стратегія та концепція івенту. Планування та менеджмент івентів	2	4	12
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Постановка цілей заходу та формування концепції. ➤ Вибір формату і платформи. ➤ Алгоритм організації події 			
Інтерактив Розробка концепції та сценарію заходу			
Тема 3. Бюджетування і фінансування	2	4	12
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Основні статті витрат. ➤ Джерела фінансування. ➤ Методи оптимізації витрат 			
Інтерактив Сформувати бюджет події			
Тема 4. Маркетинг та просування подій	2	4	12
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Digital-стратегії для івентів. ➤ Соціальні мережі, таргетована реклама. ➤ Контент-маркетинг для подій. ➤ Кризовий PR для заходів 			
Інтерактив Сформувати маркетингову стратегію події			
Тема 5. Пост-івентний аналіз та оцінка ефективності	2	4	12
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Метрики оцінки успішності події. ➤ Аналітика, зворотний зв'язок оцінка ефективності проведених заходів 			
Інтерактив Робота з інструментом SimilarWeb			
Всього:	10	20	60





ДЖЕРЕЛА / ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Основна:

1. Тейлор, К. (2021). Мистецтво під ключ. Менеджмент і маркетинг культури. Київ: ArtHuss.
2. Зеленська, Л. М. (2023). Івент-менеджмент. Київ: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв.
3. Котлер, Ф., Картаджая, Х., & Сетьяван, І. (2021). Маркетинг 5.0: Технології для людства. КМ-Букс.
4. Voropai, O., Pichyk, K., & Chala, N. (2021). Practice of neuromarketing research on artwork consumption: literature review and marketing management perspective. Вісник Хмельницького національного університету. 2021. №1. С. 159-164. <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/04/VKNU-ES-2021-N-1-290.pdf> DOI: 10.31891/2307-5740-2021-290-1-27
5. Voropai, O., Pichyk, K., & Chala, N. (2019). Increasing competitiveness of higher education in Ukraine through value co-creation strategy. *Economics and Sociology*, 12(4), 228-240. DOI: 10.14254/2071-789X.2019/12-4/14
6. Піччик К.В., Будняк А.О. (2019). Вплив реклами та інших форм комунікації на поведінку споживача // Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. – Збірник наукових праць, Т. 4. Випуск 1.1-106. С.82-87. DOI: 10.18523/2519-4739. 20194.1.82-87
7. Іваненко А., Піччик К. (2024). «Генеративні моделі штучного інтелекту як ефективний інструмент для оптимізації бізнес-процесів». *Empirio* 1 (1):112-21. <https://doi.org/10.18523/3041-1718.2024.1.112-121>.
8. Li, X., & Petrick, J. F. (2021). The impact of event quality on attendees' satisfaction and behavioral intentions. *International Journal of Event and Festival Management*, 12(3), 345–362. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-10-2020-0069>
9. Quinn, B. (2020). Key concepts in event management. SAGE Publications.

Інформаційні ресурси:

1. Міжнародна Асоціація Маркетингових Ініціатив (МАМІ) www.mami.org.ua офіційна галузева організація ринку маркетингових сервісів
2. Українська Асоціація Маркетингу (УАМ) <https://uam.in.ua>



КОМУНІКАЦІЇ В ПУБЛІЧНІЙ СФЕРІ



ВИКЛАДАЧІ:

НАГОРНЯК Тетяна Леонтіївна

доктор політичних наук, професор,
декан факультету «Києво-Могилянська школа
професійної та неперервної освіти» НаУКМА
e-mail: t.nagornyak@ukma.edu.ua



Ігор ОЗАДОВСЬКИЙ

Старший викладач кафедри міждисциплінарної освіти
НаУКМА
e-mail: i.ozadovskyi@ukma.edu.ua



Метою курсу є формування у здобувачів знань, компетентностей і практичних навичок у сфері комунікації в політичному, управлінському та медійному середовищі; охоплює аналіз комунікативних стратегій, політичного дискурсу, інформаційних потоків та їх впливу на громадську думку; побудови публічних виступів, стратегічних комунікацій, використання ЗМІ та соціальних мереж як інструментів впливу; окрему увагу акцентовано на питаннях самопрезентації лідерів, механізмах формування суспільного дискурсу та протидії інформаційним маніпуляціям, розвитку аналітичних здібностей, критичного мислення та вміння ефективно працювати з інформацією в умовах сучасного медіапростору.

У фокусі дисципліни – основи комунікації у публічній сфері; інструменти та технології комунікації; політичний текст суспільства; медіаполе України: специфіка формування, функціонування, тренди розвитку; самопрезентація у публічному просторі.

 Тема заняття	 Лекції	Семінари / Практичні	Самостійна робота
Тема 1. Основи комунікації у публічній сфері	2	4	12
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Комунікації: поняття і ключові характеристики. ➤ Публічна сфера: структура, функції, особливості. ➤ Типи комунікації: стратегічні, публічні, професійні. 			
Інтерактив: «Карта комунікаційного поля»			
Тема 2. Інструменти та технології комунікації	2	4	12
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Стили комунікації: особливості та сфери застосування. ➤ Канали комунікації. ➤ Поняття PR, GR, реклама, пропаганда, фейк-ньос. ➤ Маніпулятивні прийоми у комунікації. ➤ Цільові аудиторії: визначення, сегментація, створення ціннісної пропозиції. 			
Інтерактив: Побудова комунікаційної стратегії під різні аудиторії			



Тема 3. Політичний текст суспільства	2	4	12
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Теорія тексту. ➤ Дискурсивні явища в сучасній політиці. ➤ Методи аналізу політичного дискурсу. ➤ Прикладний дискурс-аналіз. ➤ Лінгвістичні матриці та їх застосування. ➤ Контент-аналіз. ➤ Рефреймінг в публічних комунікаціях. ➤ Специфіка письмової комунікації. 			
Інтерактив: Робота з реальними політичними текстами			
Тема 4. Медіаполе України: специфіка формування, функціонування, тренди розвитку	2	4	12
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Медіаполе України: класичні медіа, власники, специфіка функціонування. ➤ Соціальні мережі в Україні: вплив на публічну сферу. ➤ Публічний етер: підготовка, наслідки, управління репутацією. 			
Інтерактив: «Медіаполе в умовах тиску: інформаційна гра акторів»			
Тема 5. Самопрезентація у публічному просторі	2	4	12
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Публічний імідж і репутація як стратегічний ресурс. ➤ Персональний бренд у публічній політиці та дипломатії. ➤ Вербальна і невербальна комунікація. ➤ Storytelling у публічних виступах. ➤ Кризова самопрезентація. ➤ Digital presence (LinkedIn, публічні профілі, експертність). 			
Інтерактив: Формування особистого публічного образу.			
Всього:	10	20	60



ДЖЕРЕЛА / ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Основна:

1. Нагорняк Т. Л. (2022). Публічний імідж України в умовах невизначеності. Політичне життя, (1), 77–86. <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2022.1.9>
2. Нагорняк, Т., Польовий, М., Бондаренко, С., & Осмоловська, А. (2022). Комунікативний вимір формування і просування публічного іміджу держави. Copernicus Political and Legal Studies, 1(1), 14-27. <https://doi.org/10.15804/cpls.2022.1.02>
3. Рубан, Ю. (2021). Комунікація в сучасному публічному просторі та зміни в публічному управлінні. Scientific Papers of the Legislation Institute of the Verkhovna Rada of Ukraine, (4), 130-139. <https://doi.org/10.32886/instzak.2021.04.14>
4. Сучасні методики контент-аналізу: навчальний посібник / Батаєва Катерина, Іванов Валерій, Коритнікова Надія, Костенко Наталія, Семотюк Орест, Юзва Людмила; за заг. ред. Костенко Наталії, Батаєвої Катерини та Іванова Валерія. К.: Видавничий дім «Кондор», 2018. 416 с.
5. Фролова, Н., & Рейтерович, І. (2021). Комунікативні аспекти публічної політики України. Грааль науки, 73-78. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.24.09.2021.12>



6. Bondarenko, S., Nagornyak, T., & Polovyi, M. (2020). Institutional mechanism to ensure national security in the information space of the united states, the united kingdom and the russian federation. *Przegląd Strategiczny*, (13), 265-279. <https://doi.org/10.14746/ps.2020.1.16>
7. Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrocioni, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
8. Porter, E., & Wood, T. J. (2021). The global effectiveness of fact-checking: Evidence from simultaneous experiments in argentina, nigeria, south africa, and the united kingdom. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(37). <https://doi.org/10.1073/pnas.2104235118>
9. Pryma, V. V. (2022). Discourse: Scientific views of definition and subject. *Transcarpathian Philological Studies*, 2(22), 98-103. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.22.2.18>
10. Young B., Lem A. B. A content analysis of political and policy-based learning objectives in social work theory textbooks. London: SAGE Publications Inc., 2023. 215 p.



ПРОЄКТНА СТУДІЯ «PEACEBUILDING & GR LAB»



ВИКЛАДАЧ:

БОЙКО Тетяна Олександрівна

старша викладачка кафедри міждисциплінарної освіти

НаУКМА, співзасновниця GR Academy

e-mail: t.boiko@ukma.edu.ua

Проектна студія «Peacebuilding & GR Lab» є флагманським освітнім компонентом міног-програми, що інтегрує міждисциплінарну підготовку здобувачів у сфері економічної дипломатії, GR-політик, публічної політики та стратегічних комунікацій у прикладному форматі. Унікальність курсу полягає у поєднанні:

- *миробудування (peacebuilding)* як сучасної парадигми постконфліктного розвитку держав;
- *економічної дипломатії* як інструменту просування національних інтересів і залучення міжнародної підтримки;
- *GR-політик* як механізму взаємодії держави, бізнесу та суспільства;
- *проектного підходу та policy design*, орієнтованих на створення реальних стратегічних рішень.

Курс має виражену прикладну спрямованість, де здобувачі працюють із реальними кейсами та створюють комплексні рішення за умов конфлікту, відновлення та глобальної конкуренції.

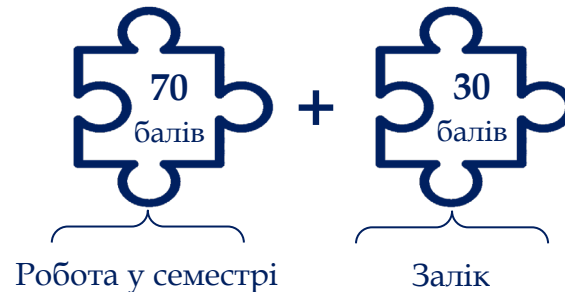
Метою студії є формування у здобувачів здатності розробляти та реалізовувати комплексні стратегії миробудування із застосуванням інструментів економічної дипломатії, GR-політик та стратегічних комунікацій, здійснювати аналіз конфліктів і проєктувати ефективну взаємодію держави, бізнесу, громадянського суспільства та міжнародних акторів у процесах відновлення, стабілізації та розвитку.



ОЦІНЮВАННЯ



УМОВИ ВИЗНАЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОГО РЕЙТИНГУ ДИСЦИПЛІНИ



ВИМОГИ І КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Критерії оцінювання розробляються під кожен дисципліну та кожне окреме завдання і містяться в системі DistEdu/Classroom. Загальний бал усіх форм поточного контролю дає можливість здобувачу отримати 70 балів; 30 балів здобувач отримує за виконання альтернативного варіанту індивідуального завдання.



ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ

За шкалою університету	За національною шкалою		За шкалою ECTS
	Екзамен	Залік	
91 - 100	Відмінно	Зараховано	A (відмінно)
81 - 90	Добре		B (дуже добре)
71 - 80			C (добре)
66 - 70	Задовільно		D (задовільно)
60 - 65			E (достатньо)
30 - 59	Незадовільно	Не зараховано	FX (незадовільно - з можливістю повторного складання)
1 - 29			F (неприйнятно - з обов'язковим повторним курсом)

Мінімальний пороговий рівень оцінки за роботу в семестрі складає 30 балів. У разі отримання оцінки «неприйнятно» (нижче 29 балів) студент зобов'язаний повторно вивчити курс. У разі отримання оцінки «незадовільно» студент має право на два перескладання: викладачеві та комісії. При цьому максимальна підсумкова оцінка після перескладання може бути не вище рівня «задовільно». Замість перескладання комісії, студент може обрати повторне вивчення курсу.



МІЖДИСЦИПЛІНАРНИЙ КЕЙС ЗА MINOR



Міждисциплінарний Кейс за Minor – фінальний практичний етап навчання, на якому здобувач вищої освіти інтегрує усі знання, навички і результати навчання, здобуті під час опанування дисциплін Minor. Основна мета підготовки та захисту Кейсу полягає у комплексному застосуванні теоретико-методологічних, аналітичних, інноваційних та комунікаційно-управлінських інструментів для розробки цілісного стратегічного рішення для реальної або змодельованої управлінської ситуації.



Цілі міждисциплінарного кейсу

- Поглибити знання у спеціалізованій тематиці Minor.
- Виробити вміння застосовувати теоретичні знання на практиці.
- Розвинути навички стратегічного лідерства та прийняття обґрунтованих управлінських рішень.
- Підготувати здобувачів до майбутньої професійної діяльності та / або наукових досліджень.



Основні характеристики

- *Тематичний фокус:* міждисциплінарний кейс спрямований на аналіз та розв'язання реальної або наближеної до реальних умов управлінської, політико-економічної чи комунікаційної проблеми у сферах публічної політики, стратегічних комунікацій або GR. Тематика кейсу формується з урахуванням актуальних суспільних викликів, інституційних контекстів та інтересів ключових стейкхолдерів.
- *Тип роботи:* аналітико-проектна письмова робота з елементами прикладного дослідження та проектування управлінських і комунікаційних рішень. Кейс передбачає розробку міждисциплінарного рішення, що поєднує стратегічний аналіз, комунікаційний дизайн і практичні рекомендації, а також його публічний захист.
- *Обсяг:* обсяг письмової частини кейсу становить 15-20 сторінок (без урахування додатків). Додатки можуть включати комунікаційні стратегії, policy briefs, дорожні карти реалізації, сценарії заходів, стейкхолдерські мапи, прототипи рішень тощо.
- *Міждисциплінарність:* кейс має міждисциплінарний характер і передбачає інтеграцію підходів та інструментів щонайменше з трьох напрямів: стратегічні, публічні та GR-комунікації; публічне управління і проектна діяльність.

Міждисциплінарний кейс демонструє здатність здобувача поєднувати аналітичне мислення, управлінське проектування та комунікаційні інструменти для створення практично-орієнтованих рішень із суспільною цінністю.





СТРУКТУРА РОБОТИ

1. Титульна сторінка

- Назва університету
- Назва факультету
- Назва кафедри
- Назва ОНП / ОПП
- Minor «Стратегічні комунікації в управлінні»
- Назва кейсу
- ПІБ студента та викладача-куратора
- Рік виконання

2. Зміст

Перелік розділів із номерами сторінок.

3. Вступ (2 сторінки)

- Опис реальної або змодельованої управлінської ситуації/виклику, яку / який необхідно вирішити; обґрунтування актуальності проблеми.
- Мета і завдання дослідження (кроки, які необхідно зробити для досягнення мети).
- Методи дослідження (які методи і підходи будуть використані).
- Структура роботи (короткий опис змісту розділів).

4. Основна частина (15 сторінок)

Робота складається з 2-х розділів.

Розділ 1. Аналіз управлінської ситуації та контексту (4-5 сторінок):

- Опис контексту, факторів впливу на ситуацію.
- Глибокий аналіз поточної ситуації та ідентифікація першопричин управлінського або комунікаційного виклику. Оцінка ризиків та можливостей.
- Визначення ключових акторів / стейкхолдерів, їхніх інтересів та впливу на ситуацію.

Розділ 2. Розробка та обґрунтування комунікаційно-управлінського рішення (10 сторінок):

- Представлення конкретного міждисциплінарного плану дій для вирішення проблеми, обґрунтованої у кейсі.
- Порівняльний аналіз (за потреби) альтернативних варіантів і чітке обґрунтування переваг обраного рішення.



- Покроковий план імплементації рішення. Оцінка очікуваних результатів та потенційного впливу рішення на імідж, фінансові показники або регуляторне середовище акторів / стейкхолдерів.

5. Висновки (2-3 сторінки)

Формулювання головних висновків щодо того, як саме розроблене рішення може бути застосоване на практиці для вирішення аналогічних проблем.

6. Список використаних джерел (не менше 10-15 джерел)

Джерела можуть включати монографії, наукові статті, офіційні звіти, аналітичні огляди, інтерв'ю, онлайн-ресурси. Список літератури укладають у відповідності до чинних українських стандартів бібліографічного опису літературних (інформаційних) джерел (ДСТУ 7.1:2006) або бібліографічного опису APA (American Psychological Association).

7. Додатки (за потреби)

Карти, таблиці, графіки, статистичні дані, комунікаційні стратегії, policy briefs, дорожні карти реалізації, сценарії заходів, мапи стейкхолдерів, прототипи рішень.

Рекомендації до оформлення

Обсяг: 15-20 сторінок основного тексту (без урахування додатків та списку джерел).

Шрифт: Times New Roman, 14 pt.

Інтервал: 1,5.

Поля: 2 см з усіх боків.

Нумерація сторінок: У правому нижньому куті.





ВИМОГИ І КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Міждисциплінарний Кейс передбачає аналіз управлінської ситуації, розробку комунікаційно-управлінського рішення та обґрунтування його практичної ефективності. Кейс має бути релевантним до тематики Minor (спеціалізації) та ОНП / ОПП. Ситуація, що розглядається, повинна відображати актуальну управлінську проблему або виклик у сфері GR чи стратегічних комунікацій.

Робота передбачає ґрунтовний аналіз реальної або змодельованої управлінської ситуації, включно з оглядом контексту, зацікавлених сторін та оцінкою ризиків. У рішенні має бути продемонстрована інтеграція отриманих знань із різних дисциплін. Робота передує написанню кваліфікаційної (магістерської) роботи і має бути представлена у вигляді письмового звіту та публічної доповіді/захисту.

Оцінювання Кейсу здійснюється відповідно до таких критеріїв:

Кількість балів	Критерії оцінювання
Підготовка і захист міждисциплінарного кейсу	
91-100	Кейс підготовлено і подано викладачеві вчасно. Текст виконано у відповідності до вимог і настанов. Враховано зауваження, висловлені під час попередніх обговорень виконання індивідуальних письмових завдань. Виклад і доповідь повною мірою розкривають задум і зміст проблемної ситуації, мають аналітичний характер, є достатньо аргументованими, належним чином структурованими, логічними і послідовними. Під час доповіді здобувач демонструє впевнене володіння матеріалом, аргументовано і коректно відповідає на запитання і критичні зауваження.
81-90	Кейс підготовлено і подано викладачеві вчасно. Текст виконано у відповідності до вимог і настанов. Переважно враховано зауваження, висловлені під час робочих обговорень виконання індивідуальних письмових завдань. Виклад і доповідь здебільшого розкривають задум і зміст проблемної ситуації, мають аналітичний характер, і є, в основному, достатньо аргументованими, належним чином структурованими, логічними і послідовними. Під час доповіді здобувач демонструє впевнене володіння матеріалом, аргументовано і коректно відповідає на запитання і критичні зауваження.
71-80	Кейс підготовлено і подано викладачеві вчасно. Текст виконано переважно у відповідності до вимог і настанов, однак зауваження, висловлені під час попередніх обговорень структурних частин роботи та виконання індивідуальних письмових завдань, враховано не повною мірою. Виклад і доповідь переважно розкривають задум і зміст проблемної ситуації, однак подекуди мають описовий характер і є не завжди достатньо аргументованими, структурованими, логічними і послідовними. Під час доповіді здобувач демонструє достатній рівень володіння матеріалом, однак не завжди аргументовано і коректно відповідає на запитання і критичні зауваження.



60-70	Кейс підготовлено і подано із запізненням. Текст виконано з порушенням вимог і настанов; зауваження і рекомендації, висловлені під час попередніх обговорень структурних частин роботи та виконання індивідуальних письмових завдань, не враховано (чи переважно не враховано). Виклад і доповідь недостатньо розкривають задум і зміст проблемної ситуації, мають описовий характер, є недостатньо аргументованими, структурованими, логічними і послідовними. Під час доповіді здобувач демонструє недостатній рівень володіння матеріалом, не відповідає на запитання і критичні зауваження, не демонструє володіння навичками академічної дискусії.
30-59	Кейс підготовлено і подано із запізненням, виконано зі значними порушеннями вимог і настанов; зауваження і рекомендації, висловлені під час попередніх обговорень структурних частин роботи та виконання індивідуальних письмових завдань, не враховано. Виклад матеріалу не розкриває задуму і змісту проблемної ситуації, має описовий характер, є не аргументованим, не відповідає плану дослідження.
0-29	Кейс не підготовлено і не подано до захисту / виконано із порушенням норм академічної доброчесності.

ПОЛІТИКА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ



НаУКМА сповідує принципи академічної доброчесності, що означає, що всі роботи здобувачі мають виконати самостійно, а у тексті мають міститися відповідні посилання на інформаційні джерела. При використанні засобів штучного інтелекту (наприклад, CHAT GPT) необхідно позначити відповідним посиланням частини тексту, що були згенеровані штучним інтелектом.

Виконання навчальних завдань і робота над дослідницькими проектами має відповідати вимогам «Положення про академічну доброчесність здобувачів освіти у НаУКМА» (затверджене наказом № 112 від 07.03.2018 року):

https://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/dokumenty-naukma/cat_view/1-dokumenty-naukma/12-normatyvna-baza-naukma/6-systema-zabezpechennia-iaкости-osvitnoi-diialnosti-ta-iaкости-vyshchoi-osvity/71-normatyvni-dokumenty

<https://bit.ly/3tXf4mi> (Скорочене посилання на документ вище)

Недотримання принципів академічної доброчесності карається не зарахуванням роботи без можливості її перездачі у відповідності до Положення про академічну доброчесність здобувачів освіти НаУКМА.



Схвалено на засіданні кафедри міждисциплінарної освіти «09»січня 2026 р., протокол № 6.

