



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Кафедра історії, археології, інформаційної
та архівної справи

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва курсу	ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ УСТАНОВИ
Викладач (-і)	ОРЛИК Світлана, доктор історичних наук, професор кафедри історії, археології, інформаційної та архівної справи
Контактний тел.	+38(095) 423-95-99
Е-mail:	svitlana.orlik@gmail.com
Обсяг та ознаки дисципліни	Вибіркова дисципліна, змістових модулів – 2. Форма контролю: залік. Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120. Формат: очний (offline / facetoface) / дистанційний (online). Мова викладання: українська.
Консультації	Консультації проводяться відповідно до графіка, розміщеному в інформаційному ресурсі moodle.kntu.kr.ua; у режимі відео конференцій Zoom, через електронну пошту, Viber, Messenger, Telegram за домовленістю.
Пререквізити	Особливі вимоги відсутні.

1. Мета і завдання дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Інформаційно-комунікативні стратегії» є формування у здобувачів необхідних для діяльності кожної організації теоретичних знань про сутність, структуру, моделі комунікації та базові комунікативні стратегії установи, навчити основним принципам та технологіям які застосовуються при створенні комунікативних стратегій установ та організацій.

Завдання вивчення дисципліни «Інформаційно-комунікативні стратегії»:

- сприяти усвідомленню значення знань основ комунікативних стратегій установи для забезпечення ефективності її діяльності у сучасному інформаційному суспільстві;
- надати здобувачам розширені знання з оволодіння теоретичними знаннями про інструментарій який застосовуються при формуванні комунікативних стратегій установ та організацій;

- дати здобувачам практичні навички з реалізації основних завдань пов'язаних із задоволенням інформаційних потреб організації, створення її позитивного іміджу в суспільстві та налагодження ефективної стратегії внутрішньокорпоративної комунікації;
- навчити ефективно використовувати здобуті знання з основ комунікативних стратегій установи для виявлення проблем у зв'язках між організацією та громадськістю, визначати шляхи, зміст та засоби їх розв'язання.

2. Результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

знати:

- основні компоненти системи стратегічних комунікацій в контексті трансформацій сучасного комунікативного простору;
- сучасні методи аналізу комунікації для здійснення оцінки ефективності інформаційно-комунікативної стратегії підприємства, установи (організації);
- законодавство яке регулює взаємодію з публічними медіа;
- типологію інформаційно-комунікативних заходів та володіти інструментарієм комунікативних стратегій;
- техніки внутрішньокорпоративної комунікації;
- техніки комунікації в умовах криз і конфліктів (критерії формування антикризової стратегії);

уміти:

- практично використовувати сучасні методи аналізу комунікації, реалізовувати теоретичний інструментарій при розробці інформаційно-комунікаційної стратегії на підприємстві, установі (організації);
- узагальнювати, аналізувати і синтезувати інформацію з метою встановлення цінностей, бачення, місії, цілей та критеріїв, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани;
- давати характеристику інформаційних потоків в контексті реагування на критику в інформаційному просторі;
- організовувати спеціальні інформаційно-комунікативні заходи, швидко і ефективно готувати матеріали для їх проведення;
- оцінювати ефективність та ризики інформаційно-комунікаційних стратегій організації;
- організувати документообіг інформаційно-комунікаційному підрозділі підприємства.

набути соціальних навичок (soft skills):

- здійснювати інформаційну комунікацію за допомогою менеджерських можливостей, спрямованих на розвиток поведінкових і особистісних навичок, ефективно доносити практичну цінність аналітичного матеріалу для соціуму, взаємодіяти в проектній діяльності;
- взаємодіяти в соціокультурному середовищі.

3. Політика курсу та академічна доброчесність

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення.

При організації освітнього процесу в Центральнотраїнському національному технічному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу http://www.kntu.kr.ua/doc/doc/The_provisions_of_company_profile.pdf; [Положення про організацію вивчення вибіркового навчальних дисциплін та формування індивідуального](#)

[навчального плану ЗВО <http://www.kntu.kr.ua/doc/doc/vibir.pdf>](http://www.kntu.kr.ua/doc/doc/vibir.pdf); Кодексу академічної доброчесності ЦНТУ <http://www.kntu.kr.ua/doc/dobro.pdf>.

4. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Основи комунікативних стратегій

Тема 1. Основи комунікативних стратегій установи для забезпечення ефективності її діяльності у сучасному інформаційному суспільстві.

Тема 2. Стратегія взаємодії з публічними медіа.

Тема 3-4. Типологія інформаційно-комунікативних заходів. Інструменти комунікативних стратегій.

Тема 5. Інформаційно-документаційне забезпечення взаємодії з медіа та громадськістю.

Тема 6. Матеріально-технічне і фінансове забезпечення інформаційно-комунікативних заходів організації.

Змістовий модуль 2. Напрямки інформаційно-комунікаційної стратегії підприємства.

Тема 7. Іміджова та репутаційна стратегія.

Тема 8. Техніки внутрішньокорпоративної комунікації.

Тема 9. Аналітична робота ефективності інформаційно-комунікативної стратегії.

Тема 10. Комунікація в умовах криз і конфліктів (антикризова стратегія).

Тема 11. Особливості інформаційно-комунікативних стратегій в органах державної влади та місцевого самоврядування.

Тема 12. Особливості інформаційно-комунікативних стратегій в архівних та бібліотечних установах. Напрями підвищення ефективності стратегічних комунікацій організації.

5. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне опитування, письмовий контроль.

Рейтинг студента із засвоєння дисципліни визначається за 100 бальною шкалою, у тому числі: перший модуль – 50 балів, другий модуль – 50 балів.

Семестровий залік полягає в оцінці рівня засвоєння здобувачем вищої освіти навчального матеріалу на лекційних, практичних, семінарських або лабораторних заняттях і виконання індивідуальних завдань за стобальною та дворівневою («зараховано», «не зараховано») та шкалою ЄКТС результатів навчання

6. Рекомендовані джерела та література:

Нормативно-правові документи:

1. Конституція України: Закон України. № 254к/96-ВР від 28.06.1996 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Про заборону пропаганди російського нацистського тоталітарного режиму, збройної агресії Російської Федерації як держави-терориста проти України, символіки воєнного вторгнення російського нацистського тоталітарного режиму в Україну: Закон України від 22.05.2022р. №2265. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2265-20#n48>
3. Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналістів: Закон України від 23.09.1997 р. №540/97 ВР (у редакції від 31.03.2023р.). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-вр>
4. Про медіа: Закон України №2849 від 13 грудня 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#text>

5. Про інформацію: Закон України. № 2657-XII від 02.10.1992р. (у редакції від 27.07.2023 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
6. Про суспільні медіа України: Закон України №1227 від 17 квітня 2014р. (у редакції від 31.03.2023р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18#n8>
7. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011р. № 2939-VI (із змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>
8. Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики: Постанова Кабінету міністрів України №996 від 03.11.2010р. (із змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-2010-%D0%BF#Text>

Основна література:

9. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. К.: МАУП, 2005. 4440с. URL: <https://studentbooks.com.ua/content/view/1028/42/>
10. Бебик В.М., Куніцина С.В. PR в органах державної влади і місцевого самоврядування. К.; Сімферополь: МАУП, 2003. 240 с. URL: https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/po_13.pdf
11. Бредемайер К. Искусство словесной атаки. (Практическое руководство)/ Пер. с нем. Е. Жевага. 2005 URL: <http://www.evartist.narod.ru/text16/086.htm>
12. Зернецька О. PR-маніпуляційний вплив. Комунікативна теорія і практика. *Політичний менеджмент*. 2003. №3.
13. Климанська Л.Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної “кухні” : монографія / Л.Д.Климанська. Львів : Вид. нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2007. 332 с.
14. Комунікації в публічному управлінні : навч. посіб. / В.М. Дрешпак . – Д.: ДРІДУ НАДУ, 2015. – 168 с. Королько В. До питання про соціальну роль та етику паблік рилейшнз. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2000. № 1. С. 62-75.
15. Королько В. Паблік рилейшнз і репутаційний менеджмент. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2001. № 2. С. 108-116.
16. Королько В. Система паблік рилейшнз як чинник становлення громадянського суспільства. Суспільна трансформація: концептуалізація, тенденції, український досвід. К.: Інститут соціології НАНГ України, 2004. С. 121–172.
17. Костенко А. Інформаційно-комунікативні стратегії євроінтеграції в Україні. *Гран/Т.21.№11*. 2018. DOI: 10.15421/1718154. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://core.ac.uk/download/pdf/268619693.pdf>
18. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2003. 234 с. URL: <http://ubooks.com.ua/books/000164/inx.phpm>
19. Мойсеев В.А. Паблік рилейшнз. Навчальний посібник. К.: Академвидав, 2007. 224 с. URL: <http://www.info-library.com.ua/books-book-108.html>
20. Некрасова О. Професія PR-радника: вимоги, умови та функції (методичні питання). *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2005. № 1. С. 181-191.
21. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. URL: <http://library.shsu.am/wp-content/uploads/2020/10/%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B5-%D0%BC%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5.pdf>
22. Почепцов Г.Г. Контроль над разумом. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2012. 350 с.

23. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Ровно, 1999. URL: <http://socium.ge/downloads/komunikaciisteoria/pochepcov%20teoria%20komunikacii.pdf>
24. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналов. К., 2001 URL: http://htbiblio.yolasite.com/resources/Pocheptsov_PR.pdf
25. Рибаченко В. Ф., Цаль-Цалько М. В. Інформаційно-комунікаційне забезпечення євроінтеграції України (постановка проблема). *Проблеми політичної психології*. 2016. Вип. 2. С. 126-135.
26. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. Посібник. К.: МАУП. 2001. URL^ <https://www.twirpx.com/file/1309653/>
27. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник. За ред. В. Г. Королька. Київ: 2003. 216 с.
28. Тихомирова Є. Паблік рилейшнз у глобалізованому світі: Монографія. К, 2004. URL:https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/421/1/PR_book_2004.pdf
29. Холод О.М. Комунікаційні технології: підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2013. 203 с.

Додаткова:

30. Бернейс Э. Пропаганда /Пер. с англ. И. Ющенко. 2010. 176 с. URL: http://mirknig.com/knigi/guman_nauki/1181279272-propaganda-propaganda.html
31. Ботвина Н. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділового спілкування: Навчальний посібник. К.: АртЕк. 2000.
32. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій. Тернопіль, 2006. 254 с. URL: https://www.nung.edu.ua/files/attachments/mpk_posibnyk.pdf
33. Дейл Карнеги Як завоювати друзів і здійснювати вплив на людей. URL: <http://ukrlife.org/main/minerva/karnegie1.htm>
34. Гребінь Н.В. Зміст маніпуляції як різновиду прихованого психологічного впливу. *Збірник наукових праць Е-ПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України*. С.80-93. URL: <http://slovzbir.onu.edu.ua/index.php/2227-6246/article/viewFile/159618/158849>
35. Жалко Т.Й. Комунікативні моделі маніпуляцій як способи керування поведінкою людей та впливу на їх індивідуальну і масову свідомість. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Сер.: Культура і соціальні комунікації*. 2010. Вип. 2. С. 43-52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaksk_2010_2_8
36. Коноваленко В.А. Реклама і зв'язки з громадськістю. К., 2013. URL: https://stud.com.ua/18336/marketing/vnutrishnokorporativniy_osoblivosti_vikoristannya_vnutrishniy_strukturi_organizatsiy
37. Королько В.Г. Основы паблік рилейшенз. К.: «Ваклер», 2000. 528 с. URL: http://htbiblio.yolasite.com/resources/korolko_PR.pdf або <http://yanko.lib.ru/books/cultur/korolko-pr.htm>
38. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування: навч. посібник. Суми: Університетська книга, 2016. 222 с.
39. Лозниця С. Маніпуляція свідомістю: історико – культурні засади. *Філософська думка*. 2008. №1. С.142 – 155.
40. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія професійної комунікації: навч. посібник. Чернівці: Книга-XXI, 2010. 528 с.
41. Почепцов Г.Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. К : Спадщина, 2012. 464 с.
42. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів. К., 2013. 202 с. URL: https://pidruchniki.com/1584072046622/marketing/pr_dlya_menedzheriv_i_marketologa

43. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. 4-е международное издание. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/01.htm>
44. Харрисон Ш. Связи с общественностью: Вводный курс / Пер. с англ. под ред. Г.Е. Алпатова. URL: <https://altairbook.com/go2/892471313.html>
45. Чилдерс Л., Грунинг Дж. Руководящие принципы для измерения взаимоотношений в области связей с общественностью. URL: http://www.vr.com.ua/book/izmerenie_pr.htm
46. Чернишина Г.Г. Аспекты манипуляций ЗМІ. Информационные технологии и безопасность. Материалы международной научной конференции ИТБ-2015. Вып.15. К.: ИПРИ НАН Украины, 2015. С. 230-231. URL: <https://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2016/02/ITB-2015-s.12-16.pdf>
47. Kenski Kate, Jamieson Kathleen (eds) The Oxford Handbook of Political Communications, Oxford University Press, 2014. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199793471.001.0001
48. Jonathan Alexander, Jaqueline Rhodes (eds). Routledge Handbook of Digital Writing and Rhetoric, Routledge, 2018. Doi: 10.4324/9781315518497

Інформаційні ресурси:

1. <https://zakon.rada.gov.ua/> - Верховна Рада України – Законодавство України
3. <http://www.info-library.com.ua/> Електронна бібліотека – підручники.
4. <http://journals.uran.ua> – Наукова періодика України. Сайт електронних видань вищих навчальних закладів і наукових установ України.
5. <https://www.tandfonline.com/loi/rhep20>: Higher Education Pedagogies ISSN: (Print) (Online) Journal homepage.

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри історії, археології, інформаційної та архівної справи Протокол № 1 від «28» серпня 2023 р