



ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

Факультет	Дизайн середовища	Рівень вищої освіти	другий (магістр)
Кафедра	Дизайн середовища	Рік навчання	2
Галузь знань	02 Культура і мистецтво	Вид дисципліни	Вибіркова
Спеціальність	022 Дизайн	Семестри	3

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ

Семестр 3 (осінь-зима 2023-2024)

01 вересня — 15 грудня

Викладачі Батюк Анна Анатоліївна – старший викладач, к. держ. упр.;

E-mail annabatyuk1990@gmail.com

Заняття За розкладом

Консультації Понеділок 12.00–13.00 (за необхідністю)

Адреса к. 203, поверх 2, корпус 3, вул. Мистецтв 11

Телефон 057 706-28-11 (кафедра)

КОМУНІКАЦІЯ З ВИКЛАДАЧЕМ

Поза заняттями офіційним каналом комунікації з викладачем є електронні листи і тільки у робочі дні. Умови листування:

- 1) в *темі* листа обов'язково має бути зазначена назва дисципліни;
- 2) в полі тексту листа позначити, хто звертається — анонімні листи розглядатися не будуть;
- 3) файли підписувати таким чином: *прізвище_завдання. Розширення: текст — doc, docx, ілюстрації — jpeg, pdf.*

Обговорення проблем, пов'язаних із дисципліною, у коридорах академії не припустимі.

Консультування з викладачем в стінах академії відбуваються у визначені дні та години.

Методичні матеріали для поточних занять викладач надсилає старостам і особисто студентам (на запит) листуванням.

ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна не має обов'язкових передумов для вивчення. Студент отримує повну підтримку при опрацюванні матеріалу вибіркової дисципліни та підготовки її практичної/методичної стратегії. Студент може для ознайомлення запропонувати теми для опрацювання матеріалу, пов'язаного з загальною тематикою курсу.

ПОСИЛАННЯ НА МАТЕРІАЛИ

Додаткові методичні матеріали для поточних занять викладач надсилає старостам і особисто студентам (на запит) листуванням.

НЕОБХІДНЕ ОБЛАДНАННЯ

Блокнот для конспекту, ручка. Комп'ютерна техніка (ноутбук, планшет тощо) з можливістю виходу до мережі Інтернет. Програми, необхідні для виконання завдань: Microsoft Word

МЕТА Й ЗАВДАННЯ КУРСУ

Метою є ознайомлення з базовими засадами, принципами стратегічного менеджменту/управління комунікаціями як вагомого аспекту ефективної реалізації будь-якої діяльності та набуття умінь розбудови комунікаційних стратегій.

Основні завдання вивчення дисципліни полягають в опануванні студентами теоретико-методологічної бази курсу; в ознайомленні зі специфікою управління інформацією та процесом комунікації в реалізації PR-стратегії; осмисленні закономірностей та тенденцій налагодження двостороннього та довготривалого зв'язку з аудиторіями; набутті цілісного уявлення про організацію взаємодії з мас-медіа та в реалізації/застосуванні комунікаційного інструментарію.

Необхідність розробки та здійснення організацією стратегії комунікацій зумовлена потребою донести до широкої аудиторії необхідну інформацію для формування бажаного враження/образу, своєрідного позитивного бачення. Відповідно, виникає необхідність активного використання всіх можливих каналів поширення інформації та набору комунікаційного інструментарію. Актуальним є правильне скеровування інформації, її опрацювання, тобто управління інформаційним простором. Розбудова комунікаційної стратегії охоплює різні аспекти – від формування та підтримки обраного іміджу до роботи в кризових ситуаціях.

Загальні компетенції:

ЗК 3 Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 6 Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Дисципліна забезпечує спеціалізовані (фахові) компетентності:

Здатність створювати затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт дизайну візуальних комунікацій.

Програмні результати:

ПРН 1. Генерувати ідеї для вироблення креативних дизайн-пропозицій, вибудовувати якісну та розгалужену систему комунікацій, застосовувати основні концепції візуальної комунікації у мистецькій та культурній сферах.

ПРН 3. Обирати певну модель поведінки при спілкуванні з представниками інших професійних груп різного рівня.

ПРН 17. Управляти процесом вироблення продукту дизайну візуальних комунікацій на різних етапах брендингу та ребрендингу.

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Основна спрямованість дисципліни передбачає формування у майбутніх фахівців спеціальних знань та практичних навичок щодо побудови системи стратегічних комунікацій, використання сучасного інструментарію для формування та впровадження комунікаційної стратегії.

Дисципліна вивчається протягом одного семестру 1-го курсу (3 кредити ECTS, 90 навчальних годин, в тому числі 14 годин — аудиторні лекційні заняття, 14 годин —

практичні заняття, 4 години– модульні контрольні роботи, 2 години – залік, 2 години – консультації, 54 годин — самостійні). Всього курс має 2 змістовні модулі та 7 тем.

Осінній семестр: 90 годин, з них: 14 — лекційні, 14 — практичні заняття, 54 — самостійні.

МОДУЛЬ 1. Вступ до стратегічних комунікацій

Тема 1. Поняття стратегії та комунікацій, види комунікацій.

Тема 2 Історія становлення комунікації.

Тема 3 Види комунікацій, стилі спілкування.

МОДУЛЬ 2. ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЙ В ПРОЦЕСІ КОМУНІКАЦІЇ

Тема 4 Сутність і особливості комунікації в системі управління організацією.

Тема 5 Діскомунікація, раціональна соціальна взаємодія.

Тема 6 Елементи стратегії комунікації.

Тема 7 Принципи стратегічних комунікацій

ФОРМАТ ДИСЦИПЛІНИ

Теми розкриваються шляхом лекційних, практичних та самостійних занять. Лабораторні заняття не передбачені. Самостійна робота студентів спрямована на закріплення тем лекційних та практичних занять. Зміст самостійної роботи складає пошук додаткової інформації та її аналіз у відповідності до теми власної творчої розробки. Додаткових завдань для самостійної роботи не передбачено.

ФОРМАТ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ

Формою контролю є залік. Для отримання оцінки заліку достатньо пройти рубіжні етапи контролю у формі поточних перевірок процесів практичної та самостійної роботи.

ПРАВИЛА ВИКЛАДАЧА

Дисциплінарна та організаційна відповідальність. Викладач несе відповідальність за координацію процесу занять, а також створення атмосфери, сприятливої до відвертої дискусії із студентами та пошуку необхідних питань з дисципліни. Особливу увагу викладач повинен приділити досягненню програмних результатів навчання дисципліни. В разі необхідності викладач має право на оновлення змісту навчальної дисципліни на основі інноваційних досягнень і сучасних практик у відповідній галузі, про що повинен попередити студентів. Особисті погляди викладача з тих чи інших питань не мають бути перешкодою для реалізації студентами процесу навчання.

Викладач повинен створити безпечні та комфортні умови для реалізації процесу навчання студентам з особливими потребами здоров'я (в межах означеної аудиторії).

Міжособистісна відповідальність. У разі відрадження, хвороби тощо викладач має право перенести заняття на вільний день за попередньою узгодженістю з керівництвом та студентами.

ПРАВИЛА СТУДЕНТА

Під час занять студент повинен обов'язково вимкнути звук мобільних телефонів. За необхідності він має право на дозвіл вийти з аудиторії (окрім заліку або екзамену). Вітається власна думка з теми заняття, яка базується на аргументованій відповіді та доказах, зібраних під час практичних або самостійних занять.

ПОЛІТИКА ВІДВІДУВАНОСТІ

Недопустимі пропуски занять без поважних причин (причини пропуску мають бути підтверджені необхідними документами або попередженням викладача). Не вітаються запізнення на заняття. Самостійне відпрацювання обраної теми з дисципліни «Основи інформаційного дизайну» відбувається в разі відсутності студента на заняттях з будь-яких поважних причин.

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

Студенти зобов'язані дотримуватися правил академічної доброчесності (у своїх доповідях, у концептуальному рішенні власної пропозиції тощо). Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Якщо під час рубіжного контролю студент відсутній, він втрачає право отримати бали за завдання. Наступним кроком рубіжного контролю є отримання хвостовки із вказаною датою передачі завдання.

Корисні посилання: <https://законодавство.com/zakon-ukrajiny/stattya-akademichna-dobrochesnist-325783.html>

<https://saiup.org.ua/novyny/akademichna-dobrochesnist-shho-v-uchniv-ta-studentiv-na-dumtsi/>

РОЗКЛАД КУРСУ

Дата	Тема	Вид заняття	Зміст	Годин	Рубіжний контроль	Деталі
МОДУЛЬ 1. Вступ до стратегічних комунікацій						
За розкладом	1	Лекційні/практичні/самостійні	Тема 1. Поняття стратегії та комунікацій, види комунікацій.	2/2/8	Консультації з викладачем за темою завдання	
За розкладом	2	Лекційні/практичні/самостійні	Тема 2 Історія становлення комунікації.	2/2/8	Консультації з викладачем за темою завдання	
За розкладом	3	Лекційні/практичні/самостійні	Тема 3 Види комунікацій, стилі спілкування.	2/2/8	Консультації з викладачем	
МОДУЛЬ 2. ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЙ В ПРОЦЕСІ КОМУНІКАЦІЇ						
За розкладом	4	Лекційні/практичні/самостійні	Тема 4 Сутність і особливості комунікації в системі управління організацією	2/2/7	Консультація за темою завдання	

За розкладом	5	Лекційні/практичні/самостійні	Тема 5 Діскомунікація, раціональна соціальна взаємодія.	2/2/7	Консультація за темою завдання	
За розкладом	6	Лекційні/практичні/самостійні	Тема 6 Елементи стратегії комунікації.	2/2/8	Консультація за темою завдання	
За розкладом	8	Лекційні/практичні/самостійні	Тема 7 Принципи стратегічних комунікацій	2/2/8	Консультація за темою завдання	

КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ, ЯКІ МАЮТЬ БУТИ СФОРМОВАНІ В РЕЗУЛЬТАТІ ОСВОЄННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі дизайну або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог [Стандарт вищої освіти України за [спеціальністю «Дизайн» для другого \(магістерського\) рівня вищої освіти](http://osvita.ua/master/spec-master/63144/)] Електронний ресурс. Режим доступу: <http://osvita.ua/master/spec-master/63144/>

Заплановані результати освоєння дисципліни (компетенції)	Програмні результати навчання
<p>ЗК 3 Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 6 Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>	<p>ПРН 1. Генерувати ідеї для вироблення креативних дизайн-пропозицій, вибудовувати якісну та розгалужену систему комунікацій, застосовувати основні концепції візуальної комунікації у мистецькій та культурній сферах.</p> <p>ПРН 3. Обирати певну модель поведінки при спілкуванні з представниками інших професійних груп різного рівня.</p> <p>ПРН 17. Управляти процесом вироблення продукту дизайну візуальних комунікацій на різних етапах брендингу та ребрендингу.</p>
<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</p>	
<p>СК 9 Здатність створювати затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт дизайну візуальних комунікацій.</p>	

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Оцінка — «відмінно» (100 балів)

Студент повинен вільно володіти термінологією. Логічно й грамотно виконувати теоретичні завдання, вміти знаходити головне в навчальному матеріалі, швидко орієнтуватися в аудиторному оточенні. Практичні завдання та модульна контрольна робота повинні

бути охайними, без грубих помилок (можливе допущення однієї неточності в кожному завданні).

Оцінка — «добре» (80 балів)

Студент повинен вільно володіти термінологією, технічно грамотно виконувати практичні завдання. Робота повинна бути виконана охайно, проте можлива наявність 1–2 помилок, які суттєво не впливають на виконання завдання загалом.

Оцінка — «задовільно» (60 балів)

Студент погано володіє термінологією, допускає змішування понять, не завжди розуміє зміст, не зовсім правильно виконує практичні завдання, проте виконане завдання розкриває

конкретну тему дисципліни. Допускається наявність кількох суттєвих помилок, неточностей.

Оцінка — «незадовільно» (40 балів)

Студент виконав завдання не в повному обсязі. Допускає грубі помилки в роботі, не володіє спеціальною термінологією. Виконана робота не досягла поставленої мети, оформлена недбало і з помилками.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

Національна	Бали	ECTS	Диференціація А (внутрішня)	Національна	Бали	ECTS
відмінно	90–100	A	A+ 98–100	задовільно	64–74	D
			A 95–97		60–63	E
			A- 90–94	незадовільно	35–59	FX
добре	82–89	B		незадовільно (повторне проходження)	0–34	F
	75–81	C				

РОЗПОДІЛ БАЛІВ

Тема	Форма звітності	Бали
1	Поточний контроль	0–10
2	Поточний контроль	0–15
3	Поточний контроль	0–15
4	Поточний контроль	0–15
5	Поточний контроль	0–15
6	Поточний контроль	0–15
7	Поточний контроль	0–15
Всього балів		100

СИСТЕМА БОНУСІВ

Передбачено додаткові бали за виступ на конференції за темою проекту (5–8).

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Внутрішні комунікації: найкращі практики. URL: <http://www.management.com.ua/notes/internal-communications.html>
10. Developing a communications strategy. URL: <https://knowhow.ncvo.org.uk/campaigns/communications/communications-strategy>
11. Effective Communication: Barriers and Strategies. URL: <https://uwaterloo.ca/centre-for-teaching-excellence/teaching-resources/teachingtips/communicating-students/telling/effective-communication-barriers-and-strategies>
12. Fest Marc. The Message House Method. URL: <https://messagehouse.org/>
13. How to Create an Internal Communications Plan. URL: <https://www.contactmonkey.com/blog/internal-communications-plan>
14. Internal Communications Tactics vs Strategy: What's the difference? URL: <https://www.allthingsic.com/whats-the-difference-between-tactics-and-strategy/>
15. Stenitzer George. What Is A Message Map? URL: <https://crystalclearcomms.com/what-is-a-message-map/>
16. Strategic Communications Planning. URL: <http://www.panna.org/sites/default/files/StrategicCommunicationsSPIN.pdf>
17. Асташенкова Д.К. Міжнародні візити та переговори: організація і протокольний супровід: навч. посіб. Дипломат. акад. України ім. Геннадія Удовенка при МЗС України. Київ ; Кам'янець-Подільський : Рута, 2020. 88 с. 9.
18. Кулеба Д. Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Київ: Книголов, 2019. 384 с.
19. Почепцов Г. Управление будущим. Киев: Фолио, 2019. 480 с. 6.
20. Цивілізаційна суб'єктність України: від потенцій до нового світогляду і буття людини : монографія. Київ : "Наукова думка" НАН України, 2020. 258 с. 7.
21. Шемчук, В. В. Забезпечення інформаційної безпеки як функція сучасних держав: порівняльно-правовий аналіз : монографія. Київ : Ліра-К, 2020. 352 с.
22. Дорогин М. Г., Габышев В. А. Особенности формирования корпоративного имиджа. Academy. 2017. №4 (19). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-korporativnogo-imidzha>
23. Коммуникационная стратегия - процесс формирования. URL: http://adload.ru/page/mark2_147.htm
24. Формування комунікаційної стратегії: поетапна інструкція з прикладами. URL: <https://www.prostir.ua/?kb=rozvytok-komunikatsijnoji-stratehiji-poetapna-instruktsiya-rozrobky-komunikatsijnoji-stratehiji-dlya-vashoji-orhanizatsiji-iz-vpravamy-ta-korysnymy-posylannamy>
25. Харченко О. План стратегічних комунікацій. URL: <https://olekskharchenko.com/2013/04/30/plan-strategicheskikh-kommunikatsii/>
26. Carroll Craig. Selecting communication tactics. URL: <https://www.slideshare.net/CraigECarroll/ch-7-selecting-communication-tactics>