

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Факультет журналістики  
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов



2023 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Практика публічної комунікаційної діяльності:  
Стратегічні комунікації

для студентів

спеціальності	<i>061 «Журналістика»</i>
рівня вищої освіти	<i>другого (магістерського)</i>
освітньої програми	<i>061.00.04 «Media-комунікації»</i>

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА  
Ідентифікаційний код 02135554  
Начальник відділу  
моніторингу якості освіти

Процедура № 3446/23  
Жильцов  
(підпис) (прізвище, відоміть)

«    » 20 23

Київ-2023

**Розробник:**

**Піскорська** Галина Андріївна, член спілки журналістів України, кандидат історичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю факультету журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

**Викладач:**

**Піскорська** Галина Андріївна, член спілки журналістів України, кандидат історичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю факультету журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол № 8 від 07 лютого 2023 року

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_



Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з медіа-комунікацій

\_\_\_\_\_ 2023 року

Гарант освітньо-професійної програми \_\_\_\_\_



І. В. Погребняк

Робочу програму перевірено

\_\_\_\_\_ 2023 р.

Заступник декана Факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи \_\_\_\_\_



В. Є. Сошинська

Пролонговано

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни		вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання		українська
Загальний обсяг кредитів/годин		2/60
Курс		1
Семестр		2
Кількість змістових модулів з розподілом		2
Обсяг кредитів		2
Обсяг годин, в тому числі:		60
Аудиторні		8
Модульний контроль		-
Семестровий контроль		-
Самостійна робота		52
Форма семестрового контролю		екзамен

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Головною метою курсу «Практика публічної комунікаційної діяльності: Стратегічні комунікації» є ознайомити студентів з теоретичними і прикладними аспектами стратегічних комунікацій, їх структурою і механізмом, дати майбутнім фахівцям систематизоване й аргументоване уявлення про стратегічні комунікації, як ефективний інструмент з гармонізації тем, ідей, образів і дій, використання якого спрямовує за одним вектором множини різних видів діяльності (політичний процес, зв'язки з громадськістю, інформаційні операції тощо), кожна з яких справляє вплив на підтримку національних цілей.

Завданнями дисципліни є:

- розвивати *спеціальні (фахові) компетентності*:
  - ФК-1 Розуміти роль журналістики в суспільстві. Здатність розуміти особливості суспільних процесів; мати знання з правових та етичних засад журналістики; володіти процесами журналістської діяльності; визначати роль медіаструктур у формуванні сучасного комунікаційного простору, виявляти небезпеки певних комунікаційних впливів для особистості, соціальної групи, країни;
  - ФК-2 Знаходити відповідні теми та ракурси, враховуючи поточні події та контекст. Здатність знаходитись у контексті подій; уміння здійснювати моніторингову діяльність; знати характеристики різних ЗМІ; здатність створення матеріалів на основі аналізу потреб медіаринку.
  - ФК-6 Подавати інформацію у відповідній журналістській формі. Володіння комунікативними навичками (висока мовна компетенція); володіння навичками візуальної комунікації; володіння навичками

створення текстів у різних жанрах; вміти поєднувати візуальні та текстуальні контенти; використання сучасних інформаційних технологій; розробляти ідеї та технології створення конвергентного інформаційного продукту на основі сучасних технологій.

- ФК-9 Виступати у ролі журналіста-підприємця (розуміти економічні основи професії, ринкові можливості тощо). Розуміти економічні умови, що лежать в основі професії; проявляти ініціативу (створювати власний конкурентний продукт); здатність до аналізу та прогнозування медіаринку; знати практичні аспекти економічної діяльності журналіста (робота фрілансером);

### 3. Результати навчання за дисципліною

*Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких програмних результатів за ОПП 061.00.04 «Медіа-комунікації»:*

ПРН-7 В умовах виробничої діяльності на основі знань уміти знаходити переконливі аргументи для кожного виду суспільного середовища.

ПРН-9 В умовах виробничої діяльності на основі розуміння соціальної дійсності та управлінської діяльності, знань форм та механізмів управління різноманітними явищами та процесами уміти знаходити оптимальні рішення у процесі виробництва медійного продукту;

ПРН-10 Використовуючи знання та ефективно діяти на всіх етапах проектування, організації і створення журналістських матеріалів та наукових розробок.

ПРН-13 Здатність до системного мислення у професійній журналістській діяльності.

ПРН-15 В умовах виробничої діяльності виявляти високу адаптивність до змін професійного середовища, мобілізувати інтелектуальні та духовні можливості для самостійного засвоєння нових знань, прогресивних технологій та інновацій, оновлювати власні професійні компетенції з урахуванням інформаційних потреб аудиторії, що домінуватимуть у перспективі.

ПРН-17 На основі знань уміти враховувати історичний аспект та специфіку досліджень діяльності різних видів ЗМІ.

ПРН-18 На основі здобутих знань вміти організовувати роботу редакції в різних типах ЗМІ; володіти технологіями редагування текстів для друкованих ЗМІ, телеэфірив, вебсайтів; управляти контентом соціальних мереж.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент **знатиме:**

- теоретичні й прикладні аспекти стратегічних комунікацій;
- основні поняття та терміни, що функціонують у сфері стратегічних комунікацій;
- процес встановлення зв'язку між державою та іноземною громадськістю з метою пояснення національних ідей та ідеалів.
- способи гармонізації всіх заходів у сфері публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю та (військових) інформаційних операцій, спираючись на репутацію, а також на ідеологічну, культурну та

інституційну привабливість, що практикують провідні міжнародні актори;

- принципи роботи фахівців в галузі стратегічних комунікацій, що спрямована на масову аудиторію і виходить з того, що громадська думка справляє вплив на зовнішню політику національних держав.

**Студент вмітиме:**

- аналізувати світові процеси з метою пояснення та аргументації зовнішньої та внутрішньої політики держави, впливу на прийняття рішень та недопущення викривленого чи неправильного трактування;
- планувати та реалізовувати PR-кампанії з метою утвердження позитивного міжнародного іміджу України, розвитку економічних, культурних та інших зв'язків з іноземними державами, забезпечення економічної, культурної та інформаційної присутності в геополітично важливих для України регіонах. створювати різновиди PR-матеріалів;
- ефективно взаємодіяти із ЗМІ; володіти навичками комунікаційної компетентності, вмінням аргументовано відстоювати свою позицію.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

##### Тематичний план для заочної форми навчання

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин						
		Разом	Аудиторні	лекції	семінарські	Самостійна робота	Модульний контроль	Семестровий контроль
<b>Модуль I.</b>								
<b>Виникнення та інституалізація стратегічних комунікацій</b>								
1	Вступ до курсу. Стратегічні комунікації: поняття, складові системи, мета застосування.	14	2	2		12		
2	Комунікативний потенціал світових акторів та його реалізація через стратегічні комунікації	16	2		2	14		
Всього за модуль 1		30	4	2	2	26		
<b>Модуль II.</b>								
<b>Ключові компоненти процесу реалізації стратегічних комунікацій</b>								
5	Стратегічні комунікації: заходи, спрямовані на ключові цілі країни в цілому чи її інститутів, галузей (досвід НАТО, США та країн ЄС) Впровадження практики стратегічних комунікацій в Україні.	30	4	2	2	26		
Всього за модуль 2		30	4	2	2	26		
<b>Разом за навчальним планом</b>		<b>60</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>52</b>		

## **5. Програма навчальної дисципліни**

### **Модуль I.**

#### **Виникнення та інституалізація стратегічних комунікацій**

**Тема 1. Вступ до курсу. Стратегічні комунікації: поняття, складові системи, мета застосування.**

Мета курсу, його предмет, завдання. «Стратегічні комунікації» визначаються як скоординоване і належне використання комунікативних можливостей держави. Система стратегічних комунікацій може бути реалізована, зокрема, у площині суспільно-владних відносин, в інформаційно-комунікаційній площині та мас-медійному просторі. Складові стратегічних комунікацій: — публічна дипломатія як комплекс заходів, спрямованих на вивчення та інформування зарубіжної аудиторії і встановлення контактів; зв'язки з громадськістю як управління громадською думкою, формування відносин і державних органів або корпоративних структур для об'єктивного осмислення соціальних, політичних або економічних процесів; інформаційно-психологічні операції як сплановані форми і методи поширення інформації для здійснення певного впливу на установки і поведінку спільноти. Метою застосування стратегічних комунікацій є донесення ключових повідомлень до цільової аудиторії за допомогою відповідних медіа каналів протягом часу, необхідного для досягнення потрібного довгострокового ефекту, що, зокрема, передбачає координоване та ефективне використання заходів та спроможностей державних комунікацій на підтримку цілей національної політики. Основні принципи стратегічних комунікацій: — системність, систематичність і послідовність; — багатоканальність; — відповідність меседжів-заяв реальному стану справ; — врахування специфіки аудиторії; — забезпечення зворотного зв'язку тощо.

**Тема 2. Комунікативний потенціал світових акторів та його реалізація через стратегічні комунікації.**

Форми і методи реалізації «м'якої сили» в зовнішньополітичній діяльності міжнародних організацій (ЄС, НАТО, АСЕАН) та провідних держав світу (США, Великої Британії, Франції, Німеччини, Канади, Японії та інших). Стратегічні комунікації для проведення ефективної зовнішньої політики в умовах протистояння агресії ревізіоністських держав, що порушують світовий порядок. 2014 р. Центр передового досвіду з питань стратегічних комунікацій (The NATO Strategic Communications Centre of Excellence, або NATO StratCom COE) Умови та приклади застосування у світовій практиці, досвід управлінських, політичних, військових структур у розрізі застосування стратегічних комунікацій. Міждержавний діалог і підхід до побудови відносин на основі уважного ставлення до культурних та історичних особливостей, місцевих способів ведення справ і виявлення місцевих лідерів думок. У військовій сфері, йдеться про гармонізацію всіх заходів у сфері публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю та (військових) інформаційних операцій. Ключовий момент стратегічної комунікації, що обумовлює її успіх є активне планування, а не реагування на події.

## Модуль II

### Ключові компоненти процесу реалізації стратегічних комунікацій

**Тема 3. Стратегічні комунікації: комунікативні заходи, що спрямовані на ключові цілі країни в цілому чи її інститутів, галузей (досвід НАТО, США та країн ЄС) Впровадження практики стратегічних комунікацій в Україні.**

Стратегічний наратив як ключовий змістовний елемент всієї інформаційної (в т.ч. пропагандистської) діяльності держави. На його утвердження в цільових аудиторіях (внутрішніх чи зовнішніх) спрямовується діяльність всіх комунікативних можливостей держави. Планування заходів в процесі стратегічної комунікації. Ключові питання:

- Який результат маємо отримати чи яку проблему вирішити?
- На кого спрямована стратегічна комунікація?
- Що повинен знати кожен представник кожного суб'єкта стратегічної комунікації?
- Яким способом різні суб'єкти стратегічної комунікації отримують необхідну для них інформацію?
- За допомогою яких інструментів найефективніше донести потрібні меседжі суб'єктам стратегічної комунікації?
- Скільки часу знадобиться, щоб підготуватися до процесу стратегічної комунікації, підготувати інструменти комунікації й реалізувати його?
- Яким повинен бути бюджет та які ще ресурси необхідно залучити?
- Коли ми зрозуміємо, що вже досягли цілей / вирішили проблему?

Водночас, при підготовці до процесу стратегічної комунікації, слід виокремити окремі *блоки завдань*, до яких можна віднести:

- аналіз ситуації;
- дослідження проблеми;
- комунікаційні ризики та потенційні можливості;
- стратегічно-операційні завдання;
- стратегічно-комунікаційні задачі;
- суб'єкти стратегічної комунікації;
- стратегічно-комунікаційна стратегія;
- стратегічно-комунікаційна тактика;
- оцінка ефективності;
- період часу і бюджет.

Впроваджувати та інституалізувати практику стратегічних комунікацій в Україні важливо у короткостроковій (у відповідь на російську «гібридну» війну) та довгостроковій перспективах, адже відмова від позаблокового статусу включила до порядку денного питання приєднання до НАТО. Дорожня карта Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони України та Міжнародним секретаріатом НАТО.

## 6. Контроль навчальних досягнень

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Макс. к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		К-сть одиниць	К-сть балів	К-сть одиниць	К-сть балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
Відвідування семінарських занять	1	1	1	1	1
Робота на практичному занятті	10	1	10	1	10
Виконання завдань для самостійної роботи	5	7	35	4	20
<i>Разом</i>			47		32
<i>Максимальна кількість балів</i>			<b>79</b>		
Розрахунок коефіцієнта	$79:60 = 1,32$ Студент набрав 69 балів. Оцінка: $69:1,32 = 52$ бали				

### 6.2. Завдання для самостійної роботи.

#### Виникнення та інституалізація стратегічних комунікацій

1. Здійснити компаративний аналіз стратегічних комунікацій міжнародних організацій (ЄС, НАТО, АСЕАН) та провідних держав світу (США, Великої Британії, Франції, Німеччини, Канади, Японії та інших).
2. Підготувати презентації і доповіді “ Досвід практики реалізації стратегічних комунікацій країни світу (за власним вибором) для України
3. Визначити ключові питання стратегічних комунікацій та проаналізувати проведення в інших країнах світу різноманітних міжнародних заходів та акцій, які сприяють зміцненню міжнародного авторитету України, дають можливість зарубіжній громадськості ознайомитися з культурними та мистецькими здобутками держави, переконатися у тому, що Україна становить органічну частку європейської спільноти зі своїми багатими культурними та духовними традиціями
4. Охарактеризувати вплив стратегічних комунікацій на трансформацію внутрішнього потенціалу країни (в економічній, технологічній, інтелектуальній, інформаційній сферах) у її зовнішній політиці.
5. Проаналізувати представництво в мережі Інтернет як дипломатичних установ країни світу за власним вибором , так і урядових структур, які беруть участь у міжнародному співробітництві



6. Вказати особливості ведення інтерактивного діалогу з громадськістю у країнах перебування.
7. Проаналізувати співробітництво з глобальними та зарубіжними мас-медіа.

### **Ключові компоненти процесу реалізації стратегічних комунікацій**

1. Проаналізувати вплив стратегічних комунікацій на трансформацію внутрішнього потенціалу країни (в економічній, технологічній, інтелектуальній, інформаційній сферах) у її зовнішній політиці.
2. Прокоментувати наступну думку та навести приклади. “Чутливі питання, пов’язані з воєнними діями, адекватно не висвітлені через офіційні джерела, стають предметом пропаганди опонентів.”
3. Назвати інструментарій для залучення ЗМІ в процесі просування позитивного іміджу суб’єктів міжнародної політики. Навести приклади.
4. Проаналізувати в контексті навчального курсу нове явище, що позначає сучасні конфлікти, – це взаємопов’язаність різних цільових аудиторій. У результаті появи нових медіа збільшилася культурна обізнаність та водночас поглибилася диференціація між цими групами, які, проте, є єдиною глобальною аудиторією.

### **6.3. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання**

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи. Проводиться у формі іспиту та здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

### **6.4. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю**

1. Проаналізувати поняття, характерні риси стратегічного наративу.
2. Визначити поняття стратегічного наративу.
3. Проаналізувати стратегічний наратив як ключовий змістовний елемент всієї інформаційної (в т.ч. пропагандистської) діяльності держави.
4. Причини створення НАТО у 2014 р. Центру передового досвіду з питань стратегічних комунікацій.
5. Прокоментувати. “Адаптація технологій стратегічних комунікацій відповідно до соціокомунікативних структур суспільства й держави є необхідною складовою їх успішного функціонування”.
6. Визначити шляхи подолання негативних стереотипів про Україну та альтернативне смислове поле для формування позитивного образу України.
7. Прокоментувати думку в контексті стратегічних комунікацій. “Механізм забезпечення підтримки місцевого населення, населення країни в цілому та міжнародної спільноти є критично важливою для розв’язання конфлікту”.
8. Визначити стратегічний контекст у сфері публічної дипломатії.
9. Проаналізувати стратегічні документи із реінтеграції Криму, окремих

територій на Сході України та Стратегію державної політики щодо публічної дипломатії кримськотатарського народу ( розроблені Міністерством інформаційної політики).

10. Проаналізувати вплив стратегічних комунікацій на трансформацію внутрішнього потенціалу країни (в економічній, технологічній, інтелектуальній, інформаційній сферах) у її зовнішній політиці.
11. Прокоментувати наступну думку. Чутливі питання, пов'язані з воєнними діями, адекватно не висвітлені через офіційні джерела, стають предметом пропаганди опонентів. .
12. Назвати інструментарій для залучення ЗМІ в процесі просування позитивного іміджу суб'єктів міжнародної політики
13. Проаналізувати в контексті навчального курсу нове явище, що позначає сучасні конфлікти, – це взаємопов'язаність різних цільових аудиторій. У результаті появи нових медіа збільшилася культурна обізнаність та водночас поглибилася диференціація між цими групами, які, проте, є єдиною глобальною аудиторією.

Визначити:

14. Стратегічні комунікації необхідні для проведення ефективної зовнішньої політики в умовах протистояння агресії ревізійністських держав, що порушують світовий порядок.
15. Потенціал стратегічних комунікацій ЄС.
16. Інституалізація стратегічних комунікацій НАТО.
17. Інституалізація стратегічних комунікацій США.
19. Стратегічні комунікації Великої Британії.
18. Стратегічні комунікації Франції.
19. Стратегічні комунікації Німеччини.
20. Стратегічні комунікації Канади.
21. Стратегічні комунікації України.

#### 6.5. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Неадовільно	0-59

## 7. Рекомендовані джерела

### Основна література (базова):

Концепція популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі і [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/739-2016-%D1%80/paran8#n8>

Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні / Г. Г. Почепцов. – К. : Альтерпрес, 2008. – 216 с.

Стратегія сталого розвитку «Україна-2020» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015/369>

Указ Президента України № 555/2015 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2 вересня 2015 року «Про нову редакцію Воєнної доктрини України». Електронний ресурс : <http://www.president.gov.ua/documents/5552015-1944>

Дорожня карта Партнерства у сфері стратегічних комунікацій між Радою національної безпеки і оборони України та Міжнародним секретаріатом НАТО [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://mfa.gov.ua/mediafiles/sites/nato/files/Roadmap\\_Ukr.pdf](http://mfa.gov.ua/mediafiles/sites/nato/files/Roadmap_Ukr.pdf)

Стратегічні комунікації: данина моді чи вимога сучасності? / Центр дослідження сучасних конфліктів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://defence.ua.com/index.php/statti/3036"stratehichni"komunikatsiyi"danyna"modi"chy"vymoha"suchasnosti](https://defence.ua.com/index.php/statti/3036)

Баровська А.В. Стратегічні комунікації: досвід НАТО // Стратегічні пріоритети, № 1 (34). – 2015. – С. 147–151.

Гуцал С. А. Публічна дипломатія та стратегічні комунікації: визначення концептуальних основ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\\_n/article/viewFile/2769/2473](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/viewFile/2769/2473)

Дубов Д. Стратегічні комунікації: проблеми концептуалізації та практичної реалізації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ippi.org.ua/sites/default/files/dubov.pdf>

Ліпкан В. А. Роль стратегічних комунікацій в протидії гібридній війні проти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://goalint.org/rol-strategichnix-komunikacij-v-protidii-gibridnij-vijni-proti-ukraini/>

### Додаткова:

1. Комунікація як основа соціальних перетворень (у контексті становлення постмодерного суспільства) : монографія / О. Є. Висоцька. — Д. : Інновація, 2009. — 316 с.
2. Кулеба Д. Публічна дипломатія – нова зброя України в умовах гібридної війни. Європейська правда. — URL: <http://www.eurointegration.com.ua/experts/2015/09/23/7038633/>.
3. Ліпкан В. А. Правові засади розвитку інформаційного суспільства в Україні: [моногр.] / В. А. Ліпкан, І. М. Сопілко, В. О. Кір'ян / за заг. ред. В. А. Ліпкана. — К. : ФОП О. С. Ліпкан, 2015. — 664 с.

4. Ожеван М. А., Дубов Д. В. Homo ex Machina. Філософські, культурологічні та політичні передумови формування конвергентного суспільства: монографія. Київ: НІСД, 2017. 272 с. ;
5. Піскорська Г.А. Пріоритети міжнародно-політичної діяльності США в стратегіях національної безпеки//Американська історія та політика: науковий журнал, 2016. – №2. – С.38–47. (у співавт. з Яковенко Н.Л.).
6. Піскорська Г.А. Роль стратегічного наративу у вирішенні проблем безпеки держави // Економічний розвиток: теорія, методологія, управління: VI Міжнародна науково-практична конференція - Nemoros s.r.o., - Prague, - 2019. - 399с. С.251-253
7. Піскорська Г.А. Український стратегічний наратив // Правові засади діяльності правоохоронних органів: Збірник наукових праць за матеріалами VI Міжнародної науково-практичної конференції. Серія «Сектор безпеки України». Вип. 33 / Редкол.: Ю.П.Битяк, А.П.Гетьман, Є.О.Алісов, В.М.Гарашук, В.Я.Настюк, Ю.В.Мех та ін. – Харків: «Точка», 2019. – 440 с. ISBN 978-617-669-214-0. - С.92-96.
8. Піскорська Г.А., Луценко А.В. «М'яка сила» в сучасній геополітиці: Монографія / Г. А. Піскорська, А.В.Луценко – К., 2011. – 216 с.
9. Піскорська Г.А. УКРАЇНСЬКИЙ СТРАТЕГІЧНИЙ НАРАТИВ: ПОШУК ПРАКТИЧНИХ РІШЕНЬ //Вісник КНУ Міжнародні відносини. – 2019. – № 21. [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\\_n/issue/view/229](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/issue/view/229)
10. Піскорська Г.А. Росія і Європа в пошуках балансу між жорсткою та м'якою силою в контексті гібридної війни(у співавт. з Яковенко Н.Л.) (в співавторстві з Піскорською Г.А.) // Українсько-польські відносини в умовах гібридних загроз безпеці: Монографія / [В. Балюк, М. Дорошко, В. Копійка та ін.]; наук. ред. В. Балюк, М. Дорошко. – Київ : Ніка-Центр; Люблін : Вид-во УКМС, 2019. – 280 с. – С. 204–215.
11. Розумна О. Оптимізація посилення культурної присутності України в Європі. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень при Президентіві України. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1522/>.
12. Соловійов С. Г. Основні характеристики стратегічних комунікацій[Електронний ресурс]. – Режим доступу :[http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol4/24\\_2016.pdf](http://nuczu.edu.ua/sciencearchive/PublicAdministration/vol4/24_2016.pdf)
13. Тихомирова Є.Б. Стратегічні комунікації як один з пріоритетів глобальної стратегії зовнішньої політики і безпеки ЄС <http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/12168/1/3068-11257-1-PB.pdf>

**8. Навчально-методична карта дисципліни «Практика публічної комунікаційної діяльності:  
Стратегічні комунікації»**

**Разом:** 60 годин., лекції — 4 год., семінарські заняття — 4 год., самостійна робота – 52 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V
Модулі	модуль I		модуль II		
Назва модуля	Виникнення та інституалізація стратегічних комунікацій		Ключові компоненти процесу реалізації стратегічних комунікацій		
<b>Кількість балів за модуль</b>	<b>47</b>		<b>32</b>		
Лекції	відвідування – 1 б., з них:		відвідування – 1 б., з них:		
Теми лекцій	Вступ до курсу. Стратегічні комунікації: поняття, складові системи, мета застосування. – 1 б.		Стратегічні комунікації: заходи, спрямовані на ключові цілі країни в цілому чи її інститутів, галузей (досвід НАТО, США та країн ЄС) Впровадження практики стратегічних комунікацій в Україні 1 б.		
Теми семінарських занять			Комуникативний потенціал світових акторів та його реалізація через стратегічні комунікації		
Робота на семінарських заняттях			1+10 б		
Самостійна робота	5x7=35 б.		5x4=20 б.		