

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет водного господарства  
та природокористування

Кафедра менеджменту та публічного врядування

**07/06-188М**

## **МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

до практичних робіт та виконання самостійної роботи  
з навчальної дисципліни  
«Інформаційні комунікації у публічному управлінні та  
адмініструванні»  
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського)  
рівня за освітньо-професійною програмою «Управління  
інформаційними комунікаціями» спеціальності  
«Бібліотечна, інформаційна та архівна справа»  
денної і заочної форми навчання

Рекомендовано  
науково-методичною  
радою з якості ННІЕМ  
Протокол № 9  
від 19.05.2026 р.

Рівне – 2026

Методичні вказівки для практичних робіт та виконання самостійної роботи з навчальної дисципліни «Інформаційні комунікації у публічному управлінні та адмініструванні» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) за освітньо-професійною програмою «Управління інформаційними комунікаціями» спеціальності В13 «Бібліотечна, інформаційна та архівна справа» денної і заочної форми навчання [Електронне видання] / Шинкарук А. Л. – Рівне : НУВГП, 2026. – 26 с.

Укладач: Шинкарук А. Л., к.політ.н., доцент кафедри менеджменту та публічного врядування.

Відповідальний за випуск: Тихончук Л. Х., д.держ.упр., доцент, в.о. завідувача кафедри менеджменту та публічного врядування.

Керівник групи забезпечення ОП  
к.і.н., доцент

Цецик Я. П.

Попередня версія 07-06-46М

© А. Л. Шинкарук, 2026

© НУВГП, 2026

## ЗМІСТ

1.	Загальні положення.....	4
2.	Поради з планування і організації вивчення навчальної дисципліни.....	8
3.	Вимоги до проведення практичних занять дисципліни	
5.	Тематика практичних занять.....	11
21.	Оцінювання знань студентів.....	23
22.	Список рекомендованої літератури.....	24

## ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Навчальна дисципліна спрямована на формування у здобувачів освіти системного розуміння інформаційних та комунікаційних процесів у публічному секторі, а також набуття практичних навичок організації ефективної взаємодії органів влади з громадськістю, медіа, громадськими організаціями та іншими стейкхолдерами.

Курс розглядає сучасні підходи до управління інформаційними комунікаціями, зв'язків з громадськістю, цифрових комунікацій та інформаційних кампаній у діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування. Особлива увага приділяється комунікаціям, пов'язаним із вирішенням суспільно важливих питань, зокрема у сферах охорони здоров'я, громадської безпеки, освіти, соціального захисту, екології та розвитку територіальних громад.

У межах курсу розглядаються такі напрями діяльності публічних інституцій:

- організація взаємодії з громадськістю та місцевими спільнотами;
- комунікаційна підтримка державних програм і політик;
- проведення інформаційних та соціальних кампаній;
- організація публічних заходів і консультацій з громадськістю;
- адвокаційні та інформаційні ініціативи;
- розвиток партнерств між державними органами, громадськими організаціями та бізнесом.

Комунікації у публічному секторі розглядаються як важливий інструмент забезпечення прозорості, підзвітності та відкритості влади, а також формування довіри між державними інституціями та громадянами. Ефективні публічні комунікації сприяють поширенню суспільно значущої інформації, підвищенню обізнаності громадян, формуванню відповідальної поведінки та залученню громадськості до процесів прийняття управлінських рішень.

Важливим компонентом дисципліни є формування цифрових компетентностей фахівця з управління інформаційними комунікаціями. У контексті цифрової трансформації публічного сектору розглядаються інструменти цифрових комунікацій, соціальних медіа, онлайн-платформ взаємодії з громадськістю, а також аналітики та управління

інформаційними потоками.

Особливу увагу приділено комунікаціям у кризових умовах, зокрема в умовах воєнного стану. У таких обставинах інформація набуває критичного значення для забезпечення безпеки громадян, підтримки соціальної стійкості та протидії інформаційним загрозам. Органи влади повинні забезпечувати оперативне, достовірне та відповідальне інформування населення щодо ситуації у сфері безпеки, гуманітарної допомоги, функціонування інфраструктури та інших важливих питань.

Умови війни також підвищують ризики поширення дезінформації, інформаційно-психологічних операцій та маніпулятивних повідомлень. Тому важливою складовою курсу є формування навичок критичного аналізу інформації, виявлення фейків та протидії інформаційним загрозам.

Зміст дисципліни також враховує євроінтеграційні процеси України та сучасні стандарти комунікацій у публічному управлінні, що застосовуються в країнах Європейського Союзу. Розглядаються практики відкритого урядування, цифрових сервісів, доступності інформації та залучення громадян до публічної політики.

### Мета дисципліни

Метою викладання дисципліни «Інформаційні комунікації у публічному управлінні та адмініструванні» є формування у здобувачів освіти теоретичних знань і практичних навичок щодо організації та управління внутрішніми і зовнішніми комунікаціями в органах публічної влади, а також використання сучасних традиційних і цифрових інструментів публічних комунікацій.

### Завдання дисципліни

Основними завданнями курсу є:  
формування розуміння ролі інформаційних комунікацій у публічному управлінні;  
ознайомлення із сучасними моделями та теоріями публічних комунікацій;  
вивчення етичних принципів комунікації, соціальної відповідальності та підзвітності влади;

набуття знань про організацію комунікаційних заходів та інформаційних кампаній у публічному секторі;  
опанування методів стратегічного планування комунікацій;  
формування навичок використання PR-інструментів, маркетингових та цифрових технологій у комунікації державних установ;  
розвиток умінь розробляти комунікаційні стратегії та кампанії;  
формування навичок створення ефективних інформаційних повідомлень для різних цільових аудиторій;  
розвиток критичного мислення, творчих здібностей, комунікативних навичок і здатності працювати в команді.

Після вивчення даної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні:

*отримати компетентності:*

ЗК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК3. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності.

ЗК4. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК5. Здатність спілкуватись іноземною мовою.

ЗК6. Навички використання інформаційних і комунікативних технологій.

ЗК7. Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК9. Здатність працювати в команді.

ЗК10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).

ЗК13. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.

ФК1. Здатність здійснювати відбір, аналіз, оцінку, систематизацію, моніторинг, організацію, зберігання, розповсюдження та надання в користування інформації та знань у будь-яких форматах.

ФК2. Здатність використовувати методи систематизації, пошуку, збереження, класифікації інформації для різних типів контенту та носіїв.

ФК4. Здатність аналізувати закономірності розвитку документно-інформаційних потоків та масивів як штучно створеної підсистеми соціальних комунікацій.

ФК5. Здатність створювати чітку, стислу та точну управлінську документацію відповідно до чинних стандартів.

ФК6. Здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації.

ФК7. Здатність впроваджувати інноваційні технології виробництва інформаційних продуктів і послуг, підвищення якості інформаційного обслуговування користувачів інформаційних, бібліотечних та архівних установ.

ФК8. Здатність проектувати та створювати документно-інформаційні ресурси, продукти та послуги.

ФК13. Здатність опановувати і використовувати технології електронного урядування та електронного документообігу.

ФК14. Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, постійного підвищення рівня інформаційної культури.

ФК16. Здатність протидіяти інформаційно-психологічним операціям в умовах загроз та інформаційних протистоянь з урахуванням регіональної специфіки.

*Програмні результати навчання:*

РН5. Узагальнювати, аналізувати і синтезувати інформацію в діяльності, пов'язаній із її пошуком, накопиченням, зберіганням та використанням.

РН6. Знати, розуміти та застосовувати в практичній діяльності законодавчі та галузеві нормативні документи.

РН7. Забезпечувати ефективність функціонування документно-комунікаційних систем.

РН10. Кваліфіковано використовувати типове комп'ютерне та офісне обладнання.

PH11. Здійснювати пошук інформації в різних джерелах для розв'язання професійних завдань.

PH14. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію українською мовою та однією з іноземних мов.

PH15. Використовувати різноманітні комунікативні технології для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва.

PH16. Приймати обґрунтовані управлінські та технологічні рішення.

PH17. Бути відповідальним, забезпечувати ефективну співпрацю в команді.

PH20. Застосовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології у діяльності державних органів влади та місцевого самоврядування, враховуючи їх регіональну специфіку.

PH21. Кваліфіковано захищати й використовувати інформацію в умовах загроз та інформаційних протистоянь.

### **Поради з планування і організації вивчення навчальної дисципліни**

Самостійна робота здобувача є одним із важливих засобів оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від обов'язкових навчальних занять. Зміст самостійної роботи при вивченні дисципліни визначається навчальною програмою дисципліни, завданнями та вказівками викладача, даними методичними вказівками. Головною метою самостійної роботи є закріплення, розширення та поглиблення набутих у процесі аудиторної роботи знань, вмінь та навичок, а також самостійне вивчення та засвоєння нового матеріалу під керівництвом викладача. Питання, що виникають у здобувачів стосовно виконання запланованих завдань, вирішуються на консультаціях, які проводяться згідно графіку, затвердженого

кафедрою державного управління, документознавства та інформаційної діяльності.

Самостійна робота здобувачів під час вивчення навчальної дисципліни включає такі форми:

- опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу;
- вивчення окремих тем і питань, які передбачені для самостійного опрацювання;
- підготовка до практичних занять;
- систематизація вивченого матеріалу дисципліни перед контрольними заходами;
- підготовка наукової статті, есе, презентацій за програмою дисципліни;
- підготовка доповідей та участь в наукових студентських конференціях, круглих столах, тощо.

Всі завдання самостійної роботи здобувачів поділяються на обов'язкові та вибіркові, виконуються у встановлені терміни, з відповідною максимальною оцінкою та передбачають певні форми звітності щодо їх виконання. Обов'язкові завдання виконуються кожним без винятку здобувачем у процесі вивчення навчальної дисципліни, вибіркові завдання є альтернативними.

Після виконання обов'язкових та вибіркових завдань у встановлені терміни студент звітує викладачеві, а набрані ним бали враховуються як кількість балів за поточну успішність в навчальній роботі.

Оцінювання результатів поточної роботи (завдань, що виконуються на практичних, індивідуальних заняттях та консультаціях, результати самостійної роботи студентів) проводиться за такими критеріями (у відсотках від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

- а) 100 % - завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень;
- а) 80 % - завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки (розмірності, висновки, оформлення тощо);
- а) 60 % - завдання виконане повністю, але містить суттєві помилки у розрахунках або в методиці;

б) 40 % - завдання виконане частково та містить суттєві помилки методичного або розрахункового характеру;

б) 0 % - завдання не виконане.

В процесі вивчення здобувачами дисципліни «Інформаційно-аналітична діяльність в публічному управлінні» передбачено наступні види роботи викладачів зі здобувачами:

- індивідуальні консультації за графіком, затвердженим кафедрою державного управління, документознавства та інформаційної діяльності;

- перевірка виконання індивідуальних завдань поточного контролю та модульних контрольних робіт;

- індивідуальні заняття зі здобувачами з метою підвищення рівня їхньої підготовки та розвитку індивідуальних здібностей, результатом яких може бути підготовка наукових доповідей, статей.

Контроль самостійної роботи здобувачів здійснюється на практичних та індивідуальних заняттях у формі поточного контролю, модульних контрольних робіт та перевірки якості виконання домашніх завдань.

Розподіл годин самостійної роботи студентів для денної та заочної форм навчання наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Розподіл годин самостійної роботи студентів

№ з\п	Види навчальної діяльності	Обсяг часу, годин
1	2	3
1	Опрацювання лекційного матеріалу	<u>20</u>
2	Підготовка до практичних занять	30
3	Самостійна робота (опрацювання окремих частин тем програм, які не викладаються на лекціях)	<u>79</u> 67
4	Підготовка до контрольних заходів	<u>30</u> 80
5	Разом	<u>109</u> 147

\*Примітка: у чисельнику – дані для студентів денної форми навчання, у знаменнику – для заочної форми навчання.

## ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

### ***Практична 1. Формування комунікаційної стратегії***

Розробити чернетку комунікаційної стратегії організації, яка прагне розвивати зв'язки з ЄС. Обрати тип організації - громадська організація, підприємство, урядова установа. В якій галузі працює? По пунктах Рамки (див. нижче) записати чернетку комунікаційної стратегії.

Наприклад, громадська організація планує знайти партнерів для спільних проєктів в сфері молодіжної політики. Мета - створення системи професійного розвитку і освіти. Цільовою аудиторією виступають молодь, а стейкхолдерами – університети, бізнес, громадські організації тощо. Наша громадська організація хоче щоб європейські партнери краще знали про Україну і можливості спільних проєктів і могли створювати спільні проєкти. Для цього ми хочемо, щоб до нас звертались із запитамми, пропозиціями співпраці. Ключовими повідомленнями можуть бути сигнали (заголовки) про готовність молоді України співпрацювати у спільних проєктах в ключових темах Європи - соціальна сфера, безпека, підприємництво. Основні канали комунікації - звичні для молоді та молодіжних організацій Європи. Комунікаційна кампанія триватиме півроку, включатиме 3 особи з написання та перекладу текстів, створення графічних та відеоматеріалів, реклами. Оцінювання буде відбуватись за допомогою статистики переглядів, запитів, звернень, поширень, коментарів, загального охоплення іншими каналами комунікації.

Рамки комунікаційної стратегії  
Контекст

1. Поточна ситуація. Стан на сьогодні і необхідні зміни
2. Проект/Програма/Цілі. Що ми прагнемо досягти  
Аудиторія і відносини
3. Цільова аудиторія. З ким комунікувати
4. Бажані знання, відносини і практики. Що ви хочете, що цільова аудиторія знала, відчувала, робила  
Підхід до цільової аудиторії
5. Комунікаційні цілі. Яких змін ми прагнемо досягти через комунікацію з цільовою аудиторією
6. Ключові повідомлення. Інформація, яка має бути донесена до аудиторії
7. Підхід. Шляхи та канали, найкращі для досягнення цілі  
Комунікаційний план
8. Діяльність. Як ми будемо комунікувати
9. Коли. Час для комунікації
10. Ролі. Хто координує комунікацію?
11. Оцінка. Звідки ми будемо знати про якість комунікації?

Приклади комунікаційних стратегій - темплейти, інструкції, гайдлайни:

Digital plan example URL:

[http://digitalengagementframework.com/digenfra3/wp-content/uploads/2016/02/Digital\\_engagement\\_in\\_culture\\_heritage\\_and\\_the\\_arts.pdf](http://digitalengagementframework.com/digenfra3/wp-content/uploads/2016/02/Digital_engagement_in_culture_heritage_and_the_arts.pdf)

Communication Strategy Interreg Baltic URL:

[https://www.interreg-baltic.eu/fileadmin/user\\_upload/about\\_programme/Main\\_documents/2015.04.28\\_Communication\\_Strategy\\_approved.pdf](https://www.interreg-baltic.eu/fileadmin/user_upload/about_programme/Main_documents/2015.04.28_Communication_Strategy_approved.pdf)

Writing a Communications Strategy URL:

<https://gcs.civilservice.gov.uk/guidance/campaigns/guide-to-campaign-planning/>

Step-by-step guide to producing a comms strategy URL:

<https://knowhow.ncvo.org.uk/campaigns/communications/communications-strategy>



### **Практичне завдання 3. Цільові аудиторії та портрети користувачів публічних комунікацій**

Портрет користувача

Емпатія

Переговори

**The Empathic Negotiation Canvas**


Created by: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_ External negotiator: \_\_\_\_\_ Date: \_\_\_\_\_ Stage: \_\_\_\_\_

<p><b>Think and Feel</b></p> <p><b>Hear</b></p> <p><b>See</b></p> <p><b>Say and Do</b></p> <p><b>Me</b></p> <p><b>Pain</b></p> <p><b>Gain</b></p>	<p><b>Key Objective</b></p> <p><b>Key Arguments</b></p>	<p><b>Point of Interest</b></p> <p><b>Plan B</b></p>	<p><b>Relationship</b></p> <p><b>Key Drawbacks</b></p>	<p><b>Think and Feel</b></p> <p><b>See</b></p> <p><b>Hear</b></p> <p><b>Say and Do</b></p> <p><b>External Negotiator</b></p> <p><b>Gain</b></p> <p><b>Pain</b></p>
<p><b>Giving</b></p>		<p><b>Taking</b></p>		

statlys make ideas move

Powered by: [www.statlys.com](http://www.statlys.com)  
Created by: Grassler, M. (Graz, 2012), about.me/mgrassler

Copyright of Manuel Grassler  
Visit <http://www.statlys.com>  
Version: 1.0



### **Практичне завдання 4. Таргетування та робота із ЗМІ**

Створення прес-релізу для європейських медіа каналів

Оцінка таргетингу і визначення кращих каналів медіа комунікацій

Огляд вебресурсів по тематиці

### **Практичне завдання 5. Карта стейкхолдерів**

Створення карти головних учасників комунікаційного процесу.



### ***Практичне завдання 6. Інформаційна кампанія.***

#### ***Контент план***

Контент план вашої кампанії за прикладом

URL: <https://in-scale.ru/blog/kontent-plan-dlya-socialnyh-setej-instrukciya-primery>

Медіа план вашої кампанії

URL: <https://in-scale.ru/blog/kak-sostavit-mediaplan>

### ***Практичне завдання 7. Розробка соціально-медійної стратегії***

Розробка соціально-медійної стратегії

URL: <https://digitalya.co/blog/social-media-strategy-for-startups/>

### ***Практичне завдання 8. Кризові комунікації в публічній сфері***

Визначення потенційних загроз комунікації. Оцінка та планування протидії. Шаблон URL:

[https://www.smartsheet.com/sites/default/files/2020-03/IC-Crisis-Communication-Plan-10780\\_PDF.pdf](https://www.smartsheet.com/sites/default/files/2020-03/IC-Crisis-Communication-Plan-10780_PDF.pdf)

### ***Практичне заняття 9. Базові інструменти публічних комунікацій***

#### **Мета**

Ознайомлення студентів з основними каналами та інструментами комунікації органів публічної влади з громадськістю.

#### **Завдання**

1. Визначити основні інструменти публічних комунікацій.
2. Проаналізувати комунікаційні канали конкретної державної установи або громади.
3. Оцінити ефективність використання інструментів комунікації.

#### **Хід роботи**

1. Викладач коротко презентує основні інструменти комунікації:

- офіційні вебсайти
  - соціальні мережі
  - пресрелізи
  - публічні консультації
  - громадські слухання
  - інформаційні кампанії
2. Студенти обирають одну установу:
    - міську раду
    - державну адміністрацію
    - міністерство
    - громадську організацію.
  3. Проводять аналіз комунікацій за критеріями:
    - канали комунікації
    - регулярність повідомлень
    - аудиторія
    - ефективність.

#### Інструменти

- офіційні сайти органів влади
- Facebook / Telegram / Instagram
- Google Docs

#### Результат

Короткий аналітичний звіт (1–2 сторінки).

### ***Практичне заняття 10. Поведінковий підхід у стратегічних публічних комунікаціях***

#### Мета

Ознайомлення студентів з поведінковими моделями комунікацій та їх застосуванням у публічній політиці.

#### Завдання

1. Вивчити принципи поведінкових комунікацій.
2. Визначити фактори, що впливають на поведінку громадян.
3. Розробити приклад інформаційного повідомлення, яке змінює поведінку.

## Хід роботи

1. Викладач пояснює модель:  
**COM-B (Capability – Opportunity – Motivation – Behaviour).**
2. Студенти обирають проблему:
  - вакцинація
  - безпека дорожнього руху
  - сортування сміття
  - енергозбереження.
3. Розробляють повідомлення, яке:
  - мотивує
  - пояснює
  - спонукає до дії.

## Інструменти

- Miro
- Canva
- Google Slides

## Результат

Комунікаційне повідомлення або постер.

### ***Практичне заняття 11. Планування публічних комунікацій***

#### Мета

Формування навичок розробки комунікаційного плану.

#### Завдання

Розробити комунікаційний план для органу влади або громадської організації.

#### Хід роботи

Студенти заповнюють таблицю:

Елемент	Зміст
---------	-------

Проблема

Цільова аудиторія

Мета комунікації

Основні повідомлення

Елемент	Зміст
Канали комунікації	
Інструменти	
Термін реалізації	
Приклад тем	<ul style="list-style-type: none"> <li>• інформаційна кампанія громади</li> <li>• просування електронних послуг</li> <li>• громадський бюджет.</li> </ul>
Інструменти	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Miro</li> <li>• Excel</li> <li>• Google Docs.</li> </ul>
Результат	
Комунікаційний план.	

### ***Практичне заняття 12. Цифрова доступність та аналітика***

#### Мета

Ознайомлення студентів з принципами доступності цифрових комунікацій.

#### Завдання

1. Перевірити доступність сайту або сторінки установи.
2. Проаналізувати статистику комунікацій.

#### Хід роботи

Студенти аналізують:

- читабельність текстів
- контраст кольорів
- альтернативний текст для зображень
- доступність для людей з інвалідністю.

#### Інструменти

- Google Lighthouse
- Web Accessibility Checker
- Meta Analytics.

#### Результат

Звіт цифрового аудиту.

### ***Практичне заняття 13. Приватність та захист інформації***

Мета

Формування розуміння принципів інформаційної безпеки.

Завдання

1. Вивчити законодавство про захист інформації.
2. Проаналізувати ризики витоку даних.
3. Розробити правила комунікації з персональними даними.

Хід роботи

Аналіз кейсів:

- витік персональних даних
- кібератака на державні системи
- інформаційна маніпуляція.

Інструменти

- Закон України «Про захист персональних даних»
- практичні кейси.

Результат

Рекомендації з інформаційної безпеки.

### ***Практичне заняття 14. Публічна комунікаційна кампанія***

Мета

Навчити студентів розробляти комунікаційні кампанії.

Завдання

Розробити кампанію для суспільної проблеми.

Структура кампанії

<b>Елемент</b>	<b>Опис</b>
----------------	-------------

Проблема	
----------	--

Мета	
------	--

Аудиторія	
-----------	--

Повідомлення	
--------------	--

Канали	
--------	--

Бюджет	
--------	--

Елемент	Опис
---------	------

Очікувані результати

Приклади тем

- безпека дорожнього руху
- вакцинація
- енергозбереження.

Інструменти

- Canva
- Miro
- Excel.

Результат

Презентація кампанії.

***Практичне заняття 15. Цифровий аудит***

Мета

Оцінити цифрову присутність органів влади.

Завдання

1. Провести аудит соціальних мереж.
2. Оцінити активність і взаємодію з громадянами.

Критерії

- регулярність публікацій
- кількість підписників
- рівень залучення
- типи контенту.

Інструменти

- Meta Business Suite
- SimilarWeb
- SocialBlade.

Результат

Аналітичний звіт.

***Практичне заняття 16. Формати комунікації: онлайн та офлайн події***

Мета

Ознайомлення з формами публічної комунікації.

## Завдання

Спланувати публічний захід.

## Формати

- громадські слухання
- публічна дискусія
- форум
- вебінар
- пресконференція.

## Хід роботи

Студенти планують подію:

Елемент	Опис
---------	------

Тема

Формат

Цільова аудиторія

Канали інформування

План заходу

## Результат

Концепція заходу.

## *Практичне заняття 17. Залучення громадськості*

### Мета

Навчити студентів методам залучення громадян до прийняття рішень.

### Завдання

1. Вивчити інструменти участі громадян.
2. Розробити механізм залучення.

### Інструменти

- електронні петиції
- громадський бюджет
- консультації з громадськістю
- опитування.

### Результат

Модель залучення громадян.

Оцінювання  
6 балів.

---

**Практичне заняття 10**  
**Кейси публічних комунікацій**

Мета

Розвинути навички аналізу реальних комунікаційних ситуацій.

Завдання

Проаналізувати один кейс:

- комунікація під час криз
- комунікація реформ
- інформаційна кампанія держави.

Хід роботи

Аналіз за схемою:

**Питання**      **Відповідь**

Проблема

Цільова аудиторія

Інструменти

Результат

Висновки

Результат

Аналітична презентація.

### **ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ**

Оцінювання результатів *поточної роботи* (завдань, що виконуються на практичних, семінарських, лабораторних, індивідуальних заняттях та консультаціях, результати самостійної роботи студентів) проводиться за такими критеріями:

Розрахункові завдання, задачі, лабораторні роботи (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0% – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково та містить суттєві помилки методичного або розрахункового характеру;

60% – завдання виконано повністю, але містить суттєві

помилки у розрахунках або в методиці;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки (розмірності, висновки, оформлення тощо);

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

Ситуаційні вправи, конкретні ситуації та інші завдання творчого характеру (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0% – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково, висновки не аргументовані і не конкретні, звіт підготовлено недбало;

60% – завдання виконано повністю, висновки містять окремі недоліки, судження студента не достатньо аргументовані, звіт підготовлено з незначним відхиленням від вимог;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки не системного характеру;

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

*Позитивні оцінки* виставляються тільки тим студентам, які виконали всі види навчальної роботи, передбачені робочою програмою навчальної дисципліни і набрали за результатами поточного контролю не менше 60 балів.

### РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Дрешпак В. М. Комунікації в публічному управлінні : навч. посіб. Д., 2015. 168 с. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jsrui/> (дата звернення 15 вересня 2025).
2. Комунікації в публічному управлінні: аспекти організаційної культури та ділового спілкування : навч. посіб. / уклад.: Гошовська В. А. та ін. Київ : К.І.С., 2016. 130 с. (Серія «Бібліотечка лідера місцевого самоврядування»). URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/458/2.pdf> (дата звернення 15 вересня 2025).
3. “Digital Communication Archives - GCS.” GCS, 2025,

- URL: [gcs.civilservice.gov.uk/category/popular-topics/digital-communication/](https://gcs.civilservice.gov.uk/category/popular-topics/digital-communication/). (дата звернення 15 вересня 2025).
4. “Mandatory Learning - GCS.” GCS, 11 Aug. 2025, URL: [gcs.civilservice.gov.uk/curriculum/mandatory-learning/](https://gcs.civilservice.gov.uk/curriculum/mandatory-learning/). (дата звернення 15 вересня 2025).
  5. “Government Communications & Public Engagement (GCPE) - Province of British Columbia.” Gov.bc.ca, 2025, URL: [www2.gov.bc.ca/gov/content/governments/organization-al-structure/ministries-organizations/central-government-agencies/government-communications](http://www2.gov.bc.ca/gov/content/governments/organization-al-structure/ministries-organizations/central-government-agencies/government-communications). (дата звернення 15 вересня 2025).
  6. “Digital Mediation Toolkit | UN Peacemaker.” Un.org, 2018, URL: [peacemaker.un.org/digitaltoolkit](https://peacemaker.un.org/digitaltoolkit). (дата звернення 15 вересня 2025).
  7. NATO ACO/ACT DIGITAL MEDIA MANAGEMENT  
URL:[https://shape.nato.int/resources/3/website/Digital\\_Media\\_Management\\_Guide.pdf](https://shape.nato.int/resources/3/website/Digital_Media_Management_Guide.pdf)(дата звернення 15 вересня 2025).
  8. “Strategic Social Media.” Local.gov.uk, Local Government Association, 2020, URL:[www.local.gov.uk/our-support/guidance-and-resources/comms-hub-communications-support/digital-communications-0](http://www.local.gov.uk/our-support/guidance-and-resources/comms-hub-communications-support/digital-communications-0). (дата звернення 15 вересня 2025).
  9. “Digital Communications Strategy Template - Public Sector Marketing Institute.” Public Sector Marketing Institute, 2019, URL:[publicsectormarketingpros.com/templates/digital-communications-strategy-template/](https://publicsectormarketingpros.com/templates/digital-communications-strategy-template/). (дата звернення 15 вересня 2025).
  10. “Digital Communication - GCS.” GCS, 7 July 2025, [gcs.civilservice.gov.uk/guidance/digital-](https://gcs.civilservice.gov.uk/guidance/digital-)

- communication/. (дата звернення 15 вересня 2025)
11. "Planning, Creating and Publishing Accessible Social Media Campaigns - GCS." GCS, 29 July 2025, URL:[gcs.civilservice.gov.uk/guidance/digital-communication/planning-creating-and-publishing-accessible-social-media-campaigns/](https://gcs.civilservice.gov.uk/guidance/digital-communication/planning-creating-and-publishing-accessible-social-media-campaigns/). (дата звернення 15 вересня 2025).
  12. "NDA - Universal Design Public Service Toolkit - Digital and Web Based Communication." URL: [Universaldesign.ie](https://universaldesign.ie/publicservice.universaldesign.ie/digital1.html), 2016, [publicservice.universaldesign.ie/digital1.html](https://universaldesign.ie/publicservice.universaldesign.ie/digital1.html). (дата звернення 15 вересня 2025).
  13. "Дистанційний курс 'Брендинг міст і територій.'" *Vumonline.ua*, 2016, URL: [vumonline.ua/course/city-branding/](https://vumonline.ua/course/city-branding/). (дата звернення 13 серпня 2025).
  14. "Курс 'Адвокація.'" *Culturepartnership.eu*, 2025, URL: [www.culturepartnership.eu/ua/publishing/advocacy-course](https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/advocacy-course). (дата звернення 13 серпня 2025).
  15. "Курс 'Комунікації.'" *Culturepartnership.eu*, 2025, URL: [www.culturepartnership.eu/ua/publishing/communication-course](https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/communication-course). (дата звернення 13 серпня 2025).
  16. "Курс 'Медіа-пітчинг.'" *Culturepartnership.eu*, 2025, URL: [www.culturepartnership.eu/ua/publishing/media-pitching](https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/media-pitching). (дата звернення 13 серпня 2025).