

КУРС

**СТРАТЕГІЇ КОМУНІКАЦІЇ
У СФЕРІ БОРОТЬБИ
З КОРУПЦІЄЮ**





Контактна інформація:

Марія Мамедбекова, acrec.kma@gmail.com

Контактна інформація лектора курсу:

Олександра Устинова, oleksandra.ustinova@gmail.com

Опис курсу:

В наш час комунікаційна стратегія є невід'ємною частиною не лише бізнес-процесів чи політики, але й адвокації та громадської діяльності. Запропонований курс спрямований на надання професійних знань та практичних навичок в сфері стратегічних та публічних комунікацій для процесів просування антикорупційних реформ.

Під час курсу будуть розглянути питання комунікаційної стратегії: від аналізу аудиторії та стейкхолдерів до випрацювання необхідних комунікаційних інструментів та їх застосування. Важливою частиною курсу буде практичне навчання студентів щодо написання текстів та розробки меседж-боксів, публічних інтерв'ю, а також практика проведення публічних заходів, їх планування та реалізації. Курс побудований з 4 блоків: 1) теоретична частина; 2) аналіз закордонних та українських case-study; 3) практична робота щодо розробки власної комунікаційної стратегії кожним студентом та її презентації; 4) практична робота в групах; розробка кейсу комунікаційної стратегії та її впровадження на конкретному прикладі.

У результаті вивчення курсу студент повинен

👁️ знати:

- ▷ 1) розуміння поняття стратегічних та публічних комунікацій;
- ▷ 2) розуміння процесів просування антикорупційних реформ завдяки використанню стратегічних та публічних комунікацій;
- ▷ 3) основні принципи побудови комунікаційної стратегії;
- ▷ 4) методику визначення основних стейкхолдерів;
- ▷ 5) методику визначення основних інструментів комунікації зі стейкхолдерами.

👁️ вміти:

- ▷ 1) аналізувати медійне поле;
- ▷ 2) вибудовувати стратегію та позиціонувати команду чи окремого гравця;
- ▷ 3) визначати та використовувати основні інструменти комунікації зі стейкхолдерами;
- ▷ 4) розподіляти ролі всередині команди;
- ▷ 5) вибудовувати стратегію комунікації з міжнародними партнерами;
- ▷ 6) проводити публічні виступи;
- ▷ 7) писати тексти та розробляти меседж-бокси, публічні інтерв'ю;
- ▷ 8) проводити публічні заходи, планувати їх та реалізовувати.

РОЗКЛАД ЗАНЯТЬ

№	Тема	Кількість пар	Дата та час	Зміни до розкладу
1	Лекція №1. Комунікації - як ключовий інструмент адвокації та досягнення мети	1 пара	19.02.2021 (п'ятниця) 18:00-20:50	
2	Лекція №2. Комунікації всередині команди та з партнерами.	1 пара		
3	Лекція-дискусія №3. Тренди комунікації антикорупційних громадсько-політичних проєктів.	1 пара	26.02.2021 (п'ятниця) 18:00-20:50	
4	Лекція-дискусія №4. Як створювати актуальний і креативний контент у нелегкій темі «корупції»	1 пара		
5	Лекція-дискусія №5. Атлас провідних антикорупційних ініціатив в світі.	1 пара	04.03.2021 (четвер) 18:00-20:50	
6	Лекція №6. На голову вище – як створювати незвичайний контент	1 пара		
7	7 Заняття №1 (запрошений експерт)	2 пари	05.03.2021 (п'ятниця) 18:00-20:50	
8	8 Заняття № 2 (запрошений експерт)	2 пари	12.03.2021 (п'ятниця) 18:00-20:50	
9	Кейс-стаді. Аналіз закордонних та українських case-study	1 пара	19.03.2021 (п'ятниця) 18:00-19:20	
10	Практичне заняття №1.	3 пари	19.03.2021 (п'ятниця) 19:30-20:50 25.03.2021 (четвер) 18:00-20:50	

ВИМОГИ КУРСУ:

Лекції, дискусії та case-study:

Слухачі повинні брати активну участь у дискусіях, а також бути готовими до виконання завдань протягом заняття. У разі внесення змін до вимог курсу про це буде зроблено усне оголошення та повідомлено через список розсилки. Студенти особисто відповідальні за обізнаність щодо цих змін, навіть якщо були відсутні на занятті. Будь ласка, не запізнюйтеся на заняття, під час лекцій вимикайте мобільні телефони. Список розсилки групи: куратори курсу будуть робити оголошення через розсилку. Ви особисто відповідальні за ознайомлення з цими оголошеннями.

Правила листування ел. поштою:

Прохання надсилати ел. листи лише в таких випадках:

- ▷ 1) щодо призначення додаткової індивідуальної консультації;
- ▷ 2) повідомлення про відсутність на занятті та причини;
- ▷ 3) прохання надіслати ще раз анонси, зміни до програми, розкладу чи інші додаткові матеріали курсу.

Прохання ставити питання щодо роз'яснення матеріалів курсу, процедур занять чи підсумкового контролю після занять, або під час індивідуальних консультацій.

Отримання додаткових балів

Курс не передбачає можливості будь-яких додаткових форм завдань для отримання додаткових балів, крім тих, що передбачає програма.

Правила поведження на заняттях:

Обговорення та дискусії під час занять повинні бути жвавими та цікавими, але прохання виловлювати Ваші коментарі ввічливо. Будь ласка, виявляйте повагу до чужої точки зору і висловлюйте Вашу незгоду з аргументами інших коректно.

Етичні правила щодо написання робіт:

Усі студенти повинні особисто працювати над проектом; співпраця з іншими студентами передбачається в межах виконання спільного проекту. Студенти зобов'язанні робити посилання у роботі на використані джерела; використання публікацій, досліджень без посилань вважається плагіатом. Плагіат є недопустимим та призведе до втрати права отримати кредити за курс

Письмові роботи надсилати на oleksandra.ustinova@gmail.com, копію на acrec.kma@gmail.com.

Веб-сайт курсу

Програма, анонси та навчальні матеріали будуть розміщені на веб-сайті ACREC: <https://acrec.org.ua/>

Шкала оцінювання знань

Шкала	Шкала	Оцінка за національною шкалою	Визначення
A	91-100	Відмінно	Дуже високий рівень знань із незначними помилками
B	81-90	Добре	Дуже добре; більше ніж середній рівень знань, але з деякими помилками
C	71-80	Добре	Добре; загалом гарна робота, але є достатня кількість помітних помилок
D	66-70	Задовільно	Задовільно; але із значними недоліками
E	60-65	Задовільно	Достатньо; досягнуті мінімальні критерії
F	30-59	Незадовільно	Незадовільно; потрібна деяка додаткова робота
F	0-29	Незадовільно	Неприйнятно; потрібна значна додаткова робота

Розподіл балів в межах курсу

Блок 1	Блок 2	Блок 3	Блок 4
теоретична частина (наявність матеріалів лекції).	аналіз закордонних та українських case-study (активна участь в обговоренні, коротке есе по кожному кейсу з висновками).	практична робота щодо розробки власної комунікаційної стратегії кожним студентом та її презентації.	практична робота в групах; розробка кейсу комунікаційної стратегії та її впровадження на конкретному прикладі.
Лекція № 1 - від 1 до 2 Лекція № 2 - від 1 до 2 Лекція № 3 - від 1 до 2 Лекція № 4 - від 1 до 2 Лекція № 5 - від 1 до 2 Лекція № 6 - від 1 до 2 Лекція № 7 - від 1 до 2	Кейс №1 - 5 балів. Кейс №2 - 5 балів. Кейс №3 - 5 балів. Кейс №4 - 5 балів.	Кейс-стаді №1 - 10 балів. Кейс-стаді №2 - 10 балів.	Кейс-стаді №1 - 25 балів. Кейс-стаді №2 - 25 балів.

ПЛАН КУРСУ

**Стратегії комунікації
у сфері боротьби
з корупцією**

БЛОК 1. ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА

Включає в себе 6 лекцій, які мають виключно теоретичний характер.

План

Джерела для вивчення:

ЛЕКЦІЯ №1.

КОМУНІКАЦІЇ ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ АДВОКАЦІЇ ТА ДОСЯГНЕННЯ МЕТИ

- 🕒 Стратегічні комунікації. Побудова комунікаційної стратегії.
- 🕒 Визначення основних стейкхолдерів (SWOT аналіз).
- 🕒 Визначення основних інструментів комунікації зі стейкхолдерами.
- 🕒 Аналіз медійного поля.

Обов'язкова література:

- 👁️ Strategic Communications and National Strategy : A Chatham House Report / Paul Cornish, Julian Lindley-French and Claire Yorke. – London, 2011. (електронний ресурс, знаходиться у вільному доступі ст. 3 - 32).
- 👁️ NATO Strategic Communications Policy <http://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf> http://www.nato.int/nato-welcome/index_uk.html.
- 👁️ Говорухіна М. В. Комунікація в громадських організаціях / Практичний посібник, - Київ, 2015. - с. 7-33. Режим доступу: <http://afew.org.ua/wp-content/uploads/2015/12/Komunikatsiyi-v-gromadskih-organizatsiyah.pdf>

Додаткова література:

- 👁️ Coleman, S. (2007). Political Marketing: a Comparative Perspective (ст. 180-186). Oxford: Oxford Publishing Limited (England).
- 👁️ Herman, E. S., & Chomsky, N. (2008). Manufacturing consent: the political economy of the mass media. London: Bodley Head.

ЛЕКЦІЯ №2.

КОМУНІКАЦІЇ ВСЕРЕДИНІ КОМАНДИ ТА З ПАРТНЕРАМИ.

- 🕒 Розподіл ролей всередині команди.
- 🕒 Узгодження ролей з партнерами.
- 🕒 Навчання команди.
- 🕒 Вибудовування стратегії та позиціонування кожного члена та гравця.
- 🕒 Комунікації з міжнародними партнерами.

Обов'язкова література:

- 👁️ Зарядись комунікаціями проти корупції! Практика і теорія / Посібник в рамках Проєкту «Підтримка організацій-лідерів у протидії корупції в Україні «Взаємодія!»». - Тема 1-2, с. 4-12. Режим доступу: https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk-Yaryna-final_22.11.2016.pdf
- 👁️ Ясиневич А. Комунікація громадських ініціатив. Для тих, хто творить зміни / Практичний посібник Інституту масової інформації. - Київ, 2016. - с. 7-26.
- 👁️ Strategic Communications and National Strategy : A Chatham House Report / Paul Cornish, Julian Lindley-French and Claire Yorke. – London, 2011. (електронний ресурс, знаходиться у вільному доступі ст. 32 - 41).

Додаткова література:

- 👁️ McNair, B. (2007). An introduction to political communication. London: Routledge.
- 👁️ Price, S. (2007). Discourse power address: the politics of public communication. Burlington, VT: Ashgate.

ЛЕКЦІЯ-ДИСКУСІЯ №3.**ТРЕНДИ КОМУНІКАЦІЇ
АНТИКОРУПЦІЙНИХ ГРОМАДСЬКО-
ПОЛІТИЧНИХ ПРОЄКТІВ.**

- ▶ Чим комунікація неприбуткового сектору відрізняється від комунікації бізнес-сфери?
- ▶ Чому «нічого не продавати» (візії, ідеї, реформи, моделювання майбутнього) у комунікації. деколи важче, ніж продавати товари чи послуги.
- ▶ Інструмент «воронка комунікацій».
- ▶ Групова дискусія: що таке «корупція»?

Обов'язкова література:

- ▶ Зарядись комунікаціями проти корупції! Практика і теорія / Посібник в рамках Проєкту «Підтримка організацій-лідерів у протидії корупції в Україні «Взаємодія!».- Тема 3, 8-10, с. 13-43, 62-71. Режим доступу: https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk-Yaryna-final_22.11.2016.pdf
- ▶ Ясиневич А. Комунікація громадських ініціатив. Для тих, хто творить зміни / Практичний посібник Інституту масової інформації. - Київ, 2016. - с. 61-78.
- ▶ Кейс Philips [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://causemarketing.com/casestudy/philips-breathless-choir-case-study/>
- ▶ Кейс «Доступні ліки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://moz.gov.ua/dostupni-liki>

Додаткова література:

- ▶ Комунікаційна кампанія «Де податки? (Корупціонер обкрадає саме тебе) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://depodatky.org.ua/>
- ▶ Кейс «Де податки?» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cases.media/case/korupcioner-obkradaye-same-tebe>

ЛЕКЦІЯ-ДИСКУСІЯ №4.**ЯК СТВОРЮВАТИ АКТУАЛЬНИЙ І КРЕАТИВНИЙ КОНТЕНТ У НЕЛЕГКІЙ ТЕМІ «КОРУПЦІЇ»**

- ▶ Портрет цільової аудиторії наших проєктів, сегментація аудиторії.
- ▶ Канали комунікації, медіа-мікс проєкту.
- ▶ Інструмент: Матриця створення контенту.
- ▶ Тренди комунікації.
- ▶ Портрет аудиторії своїх проєктів (робота в малих групах).
- ▶ Медіа-мікс свого проєкту (робота в малих групах).

Обов'язкова література:

- 👁 Im brand we trust [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://drive.google.com/drive/folders/1mjBKxqVUFlyrQgqKQWz9ZVkp_ombdVAT
- 👁 Дослідження «Психотипи українців» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mmr.ua/show/ya-tezh-tak-dumayu-yak-psihografichne-doslidzhenniyadopomagaye-dostukatisya-do-spozhivachiv>
- 👁 Говорухіна М. В. Комунікація в громадських організаціях / Практичний посібник, - Київ, 2015. - с. 65-93. Режим доступу: <http://afew.org.ua/wp-content/uploads/2015/12/Komunikatsiyi-v-gromadskih-organizatsiyah.pdf>
- 👁 Зарядись комунікаціями проти корупції! Практика і теорія / посібник в рамках Проєкту «Підтримка організацій-лідерів у протидії корупції в Україні «Взаємодія!». - Тема 4, с. 44-45.
- 👁 Матриця контенту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://netology.ru/blog/07-2019-popolnyat-kontent-plan-matricakontenta>

Додаткова література:

- 👁 Кейс «Антикор детектор», Бразилія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.creativereview.co.uk/reclameaquis-corruption-detector-appnames-shames-brazilian-politicians/>

ЛЕКЦІЯ-ДИСКУСІЯ №5.**АТЛАС ПРОВІДНИХ АНТИКОРУПЦІЙНИХ ІНІЦІАТИВ В СВІТІ.**

- ▶ Світові інституції.
- ▶ Регіональні.
- ▶ Локальні.
- ▶ Що може дати співробітництво з інституціями для вашого проєкту?

Обов'язкова література:

- 👁 Клеменчич Г., Стусек Я. Спеціалізовані інституції з боротьби проти корупції: огляд моделей / Посібник OECD. - с. 33-126. Режим доступу: <https://www.oecd.org/corruption/asn/39972270.pdf>
- 👁 Bullough O. Moneyland Why Thieves And Crooks Now Rule The World And How To Take It Back, 2018 (p.1-52)

Додаткова література:

- 👁 Баровська А. В. Стратегічні комунікації: досвід НАТО (ст. 147-152). - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/spa_2015_1_24

ЛЕКЦІЯ №6.**НА ГОЛОВУ ВИЩЕ – ЯК СТВОРЮВАТИ НЕЗВИЧАЙНИЙ КОНТЕНТ**

- Креативність та колаборація з креативними індустріями
- Основи бюджетування комунікації проєктів
- Професійні характеристики комунікаційника громадсько-політичних проєктів
- Завдання: Dream big – креативні ідеї для свого проєкту

Обов'язкова література:

- 👁 Матриця контенту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://netology.ru/blog/07-2019-popolnyat-kontent-plan-matrica-kontenta>
- 👁 Paul Ch. Getting Better at Strategic Communication, Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current Debates [Text] / Christopher Paul. – Santa Barbara, California : Praeger. ABC-CLIO, LLC (p. 1-83)
- 👁 Методичні рекомендації «Відкритий діалог: ЗМІ, неурядові організації та державні інституції. Використання нових комунікативних можливостей» / Фонд “Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва”. - Київ, 2018. - слайди 2-140. Режим доступу: <https://dif.org.ua/article/metodichni-rekomendatsii-vidkritiy-dialog-zmi-neuryadovi-organizatsii-ta-derzhavni-institutsii-vikoristannya-novikh-komunikativnikh-mozhlivostey>

Додаткова література:

- 👁 Кейс Zero Corruption Conference [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zerocc.org/>
- 👁 Журналістика даних, медіа ТЕТУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://texty.org.ua/>
- 👁 Журналістське розслідування забудов берегів Дніпра [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://texty.org.ua/d/longs/dnipro2/>
- 👁 Всеукраїнська рекламна коаліція, список креативних агенств (для моніторингу можливості співпраці пробоно) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vrk.org.ua/ranking/>

БЛОК 2. CASE-STUDY. АНАЛІЗ ЗАКОРДОННИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ CASE-STUDY

Блок складається з 4-ох кейсів, які побудовані на матеріалах реальних справ. Кожен студент повинен опрацювати всі чотири практичні кейси задля засвоєння практичних навичок використання кризових комунікацій.

План

Індонезія - створення Індонезійської комісії по боротьбі з корупцією (кейс за посиланням - <https://cddrl.fsi.stanford.edu/publication/indonesias-corruption-eradication-commission> + кейс Якудзи (ПДФ файл для читання).

Україна - міжнародні закупівлі ліків (кейс за посиланням - <https://drive.google.com/drive/folders/1USkqLC-jzgHIGP1VtB9pKudmL1GiKiKw?usp=sharing>).

Україна - створення НАБУ (кейс за посиланням - <https://docs.google.com/document/d/14nidfwrcg8L3-L1C1rQETTgPuDcKku6WLYmz2Jcqpny/edit?usp=sharing>).

Україна - створення Антикорупційного суду (кейс за посиланням - <https://docs.google.com/document/d/1YLoSBnsMOuWyojww9VLSNPqkd-mLSym1pqdmq5E90Uc/edit?usp=sharing>).

Література:

Обов'язкова література:

- 👁 Paul C. Getting Better at Strategic Communication / Christopher Paul; RAND Corporation. – Santa Monica, 2011. Електронний ресурс знаходиться у вільному доступі (ст. 1 - 18).

Додаткова література:

- 👁 Arthos, J. (2013). The Just Use of Propaganda: Ethical Criteria for Counter-Hegemonic Communication Strategies. *Western Journal of Communication* (ст. 582-604).
- 👁 Fawkes, J. (2012). Saints and sinners: competing identities in public relations ethics. *Public Relations Review* (ст. 865-872).
- 👁 Eyre, D. P., & Littleton, J. R. (2012). Shaping the zeitgeist: Influencing social processes as the center of gravity for strategic communications in the twenty-first century. *Public Relations Review* (ст. 179-187).

АБО ДОДАТКОВИЙ КЕЙС

Переатестація Національної поліції України (кейс за посиланням - <https://drive.google.com/file/d/1cTOvzl-2QMTqj4x4nLScWYy3jm0w7w4a/view?usp=sharing>).

БЛОК 3. ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА

Блок складається з двох практичних занять (6 пар).

План

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №1.

Тема: Я - комунікатор: як правильно писати, щоб вас помітили (кейс "діамантових прокурорів", "банки Чауса" і т.д).

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №2.

Тема: Я - комунікатор: як правильно говорити з телебаченням - теорія + запис інтерв'ю; практичний семінар і розбір відео зі студентами.

Література:

Обов'язкова література:

- 👁 The Mind and Body of Anxiety Management, Stanford Business. https://www.youtube.com/watch?v=xSCxcVGjInU&index=26&list=PLxq_lXOUlvQA3QmMA51Dtb1zR-qd-YVx9
- 👁 TED Talks: https://www.ted.com/talks/nancy_duarte_the_secret_structure_of_great_talks/transcript
- 👁 Classic storytelling techniques for engaging presentations <https://www.sparkol.com/en/Blog/8-Classic-storytelling-techniques-for-engaging-presentations>

Обов'язкова література:

- 👁 Bardhan, N., & Weaver, C. K. (2011). Public relations in global cultural contexts : multi-paradigmatic perspectives. New York: New York : Routledge (електронний ресурс: http://mlkent.com/PDFs/Kent_Taylor_Intercultural_Theory.PDF ст. 50 - 69).
- 👁 https://www.ted.com/talks/charmian_gooch_meet_global_corruption_s_hidden_players/transcript
- 👁 https://www.ted.com/talks/afra_raymond_three_myths_about_corruption/transcript#t-31670

Додаткова література:

- 👁 Daymon, C., & Demetrious, K. (2014). Gender and public relations : critical perspectives on voice, image and identity: London : Routledge, Taylor & Francis Group.
- 👁 Grunig, J. E. (2006). Furnishing the Edifice: Ongoing Research on Public Relations As a Strategic Management Function. *Journal of Public Relations Research*, 18(2), (ст. 151-177).
- 👁 Macnamara, J. (2010). The 21st century media (r)evolution: emergent communication practices. New York: Peter Lang.

БЛОК 4. РОЗРОБКА, ПРЕЗЕНТАЦІЯ, АДВОКАЦІЯ ТА МЕДІЙНИЙ СУПРОВІД ПРАКТИЧНОГО КЕЙСУ ГРУПАМИ; ПРАКТИЧНА РОБОТА В ГРУПАХ.

Блок складається з двох практичних занять.

План

ЗАНЯТТЯ №1. РОЗРОБКА АДВОКАЦІЙНОЇ КАМΠΑНІЇ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОГО КЕЙСУ В ГРУПАХ.

ЗАНЯТТЯ №2. ПРЕЗЕНТАЦІЯ МЕДІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ АДВОКАЦІЙНОЇ КАМΠΑНІЇ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОГО КЕЙСУ В ГРУПАХ.

Література:

Обов'язкова література:

- 👁 Macnamara, J. (2010). The 21st century media (r) evolution: emergent communication practices. New York: Peter Lang. (ст 9 - 22). Лінк для скачування файлу: <https://opus.lib.uts.edu.au/handle/10453/37404>

Додаткова література:

- 👁 Reyes, A. (2014). Bush, Obama: (in)formality as persuasion in political discourse. *Journal of Language & Politics*, (ст. 538 - 563).
- 👁 Papasolomou, I, Melanthiou, Y. (2012). Social media: marketing public relations' new best friend. *Journal of Promotion Management* (ст. 319-328).
- 👁 Wiggill, M. N. (2011). Strategic communication management in the non-profit sector: a simplified model. *Journal of Public Affairs* (ст. 226-236).

ДОДАТОК ДО БЛОКУ №4.

Мета завдання: закріпити отримані знання щодо теоретичних підходів до розуміння стратегічної комунікації, а також їх практичне використання на конкретних кейсах.

Для цього у групах вам потрібно обрати конкретний кейс, щодо якого останні два заняття будемо практично опрацьовувати методику впровадження комунікаційної стратегії на конкретному прикладі.

На перше практичне заняття Блоку №4

Ви обираєте тему, розробляєте адвокаційний план, який складатиметься із ключових аргументів підходу та вашого аналізу можливостей і обмежень щодо комунікаційної стратегії просування конкретного кейсу.

Також Ви визначаєте мету адвокації, та розробляєте план адвокаційної кампанії для досягнення мети стратегічної комунікації на прикладі конкретного кейсу.

Тривалість презентації адвокаційного плану – 5-7 хв, після чого аудиторія має 3 хв на запитання чи коментарі.

На друге практичне заняття Блоку №4

до вже обраного конкретного кейсу, а також маючи вже розроблений адвокаційний план, Ви розробляєте презентацію медійної складової адвокаційної кампанії на прикладі конкретного кейсу в групах.

Тривалість презентації медійної складової адвокаційної кампанії – 5-7 хв, після чого аудиторія має 3 хв на запитання чи коментарі.

ЛЕКТОРКИ КУРСУ

Устінова Олександра -

Фахівчиня з комунікацій, одна з ініціаторів і лобістів створення Національного Антикорупційного бюро; створення спеціалізованої антикорупційної прокуратури; створення Антикорупційного суду України; медичної реформи 2016-2019 рр. та реформи закупівлі ліків.

В 2009 році отримала ступінь магістра в Національному університеті «Києво-Могилянська академія», в 2014 році закінчила Українську школу політичних студій. В 2017 році стажувалася в США за програмою Transatlantic Fellowship Program. Є випускницею Стенфордського університету (Stanford University) за програмою Ukrainian Emerging Leaders Program. 2014 - 2018 рр - член правління ГО «Центр протидії корупції».

2015 р - 2016 рр секретар Ради Громадського Контролю НАБУ 1 скликання.

У 2019 році була обрана народною депутаткою на позачергових виборах до Верховної Ради України IX скликання від партії «Голос» під номером 5 у партійному списку.

Контакти: oleksandra.ustinova@gmail.com

Надя Перевізник –

фахівчиня з комунікацій та викладачка у проєктах альтернативної освіти політична сфера. Співпрацює з організацією Центр Протидії Корупції над масштабною міжнародною Zero Corruption Conference, що пройде в Києві восени 2020. Брала участь у комунікаційній кампанії у результаті діяльності якої прийнято Закон України «Щодо забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків під час проходження військової служби», 2017-2019. Національна викладачка у Українська Академія Лідерства та куратор проєкту Академії стажування молоді у органах влади «Державотворець» (спільно з USAID), 2019. З 2017 до сьогодні – авторка і кураторка курсу «Маркетинг і комунікації» у креативній і технологічній школі Projector. 2017 – менторка і лекторка інкубатору для соціальних стартапів 1991 Open Data Incubator (реалізується за підтримки міжнародних організацій WNISEF, USAID і Уряду України). Лекторка SELab школи соціального підприємництва (реалізується за підтримки Social Entrepreneurship Eco System, Швеція), 2017 і до сьогодні. У 2019 р. – започаткувала власне комунікаційне агенство Hope&Partners.

Контакти: npereviznyk@gmail.com

Соцмережа: www.facebook.com/nadya.pereviznyk

ACREC.ORG.UA

Київ, 2021

