

ПРОЄКТ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ
Харківського національного університету Повітряних Сил
імені Івана Кожедуба

ЗМІСТ

1.	Загальні положення.....	3
2.	Мета та завдання Університету у сфері комунікацій	3
3.	Візуальний стиль	5
4.	Канали комунікації та ключові повідомлення	6
5.	Кризова комунікація	7
6.	Прикінцеві положення	7

1. Загальні положення

1.1 Дана Комунікаційна стратегія Харківського національного університету Повітряних Сил імені Івана Кожедуба (далі – Стратегія) регламентує порядок комунікації з основними стейкхолдерами Харківського національного університету Повітряних Сил імені Івана Кожедуба (далі – Університет).

1.2 Дана Стратегія розроблена відповідно до законів України “Про освіту”, “Про вищу освіту”, наказу Міністерства оборони України від 22 листопада 2017 року №612 “Про затвердження Концепції стратегічних комунікацій Міністерства оборони України та Збройних Сил України”, Статуту Університету, Спільної директиви стратегічних командувань НАТО “Освіта та індивідуальна підготовка (E&IDT) 075-007”.

1.3 Основною мовою комунікації в Університеті є українська та англійська мови.

2. Мета та завдання Університету у сфері комунікацій

2.1 Метою Стратегії є побудова цілісної, прозорої та ефективної системи зовнішньої та внутрішньої комунікації Університету, яка сприяє реалізації його місії, візії та стратегічних завдань. Стратегія має забезпечувати оперативність, узгодженість і безперервність інформаційних потоків, підтримувати культуру академічної доброчесності, обороноздатності та розвитку якості вищої освіти в Університеті.

2.2 Комунікаційні цілі Університету:

забезпечення цілісного інформаційного середовища для ефективної комунікації зі всіма категоріями стейкхолдерів – військовими, науковими, освітніми, громадськими та міжнародними партнерами – з урахуванням умов інформаційної безпеки та динамічних викликів;

посилення репутації Університету як національного лідера у сфері військової освіти та наукових досліджень, що відповідають стандартам НАТО та ЄС, на регіональному, всеукраїнському та міжнародному рівнях;

розбудова прозорої внутрішньої комунікації, яка забезпечує ефективну взаємодію між управлінням Університету, структурними підрозділами, науково-педагогічними (педагогічними, науковими) працівниками, здобувачами освіти, сприяючи згуртованості академічної спільноти Університету;

формування інформаційного контенту, який репрезентує досягнення Університету у сфері освіти, наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності, військової підготовки та міжнародної співпраці.

системна підтримка міжнародної комунікації, включаючи розвиток партнерств з вищими військовими навчальними закладами країн НАТО,

участь у міжнародних програмах, проектах і дослідженнях;

популяризація національного бренду Університету в межах держави та за кордоном як провідного освітнього і наукового центру з підготовки висококваліфікованих офіцерських кадрів, здатних діяти в умовах гібридних загроз.

2.3 Стратегічні завдання Стратегії Університету:

забезпечення комунікації, що сприяє реалізації місії, візії та цілей Університету, включаючи всі сфери його діяльності;

удосконалення механізмів внутрішньої комунікації між управлінням, структурними підрозділами, науково-педагогічними (педагогічними, науковими) працівниками та здобувачами освіти з метою посилення ефективності управління та формування єдиної корпоративної культури;

забезпечення прозорості та відкритості діяльності Університету шляхом регулярного інформування громадськості про ключові досягнення, події та ініціативи Університету з дотриманням вимог інформаційної безпеки;

формування цільового інформаційного контенту, що демонструє здобутки Університету у доступних і зрозумілих форматах;

розбудова бренду Університету як лідера у сфері військової освіти та науки, шляхом використання сучасних комунікаційних інструментів, цифрових платформ та візуальної ідентичності;

підтримка національної та міжнародної співпраці, зокрема із закордонними та вітчизняними академічними партнерами, інституціями НАТО, громадськими організаціями та фондами;

моніторинг, оцінювання та адаптація комунікаційних дій, з метою постійного вдосконалення комунікаційних процесів відповідно до змін середовища, технологій та очікувань стейкхолдерів.

2.4 Практичні завдання Стратегії Університету:

розбудова сучасної системи внутрішньої комунікації на основі використання захищених цифрових інструментів (корпоративна електронна пошта, платформи на базі Google Workspace або Moodle) для забезпечення оперативного інформування та взаємодії між управлінням, структурними підрозділами, науково-педагогічними (педагогічними, науковими) працівниками та здобувачами освіти;

регулярне оновлення офіційного сайту Університету та підтримка його змістовного наповнення: публікація актуальних нормативних документів, інформації для вступників і курсантів, новин, офіційних позицій та подій;

ведення офіційних сторінок Університету у соціальних мережах, з дотриманням правил щодо поширення інформації з обмеженим доступом, етики і стилістичної єдності;

розробка та поширення інформаційних матеріалів (аналітичних довідок, брошур, відео, інфографіки тощо) про всі види діяльності Університету для різних цільових аудиторій;

інформаційний супровід заходів Університету (офіційні візити, урочистості, наукові конференції, військово-патріотичні ініціативи, дні відкритих дверей, навчальні збори тощо) з використанням багатоканальної комунікації;

моніторинг інформаційного середовища, включаючи аналіз згадок про Університет у засобах масової інформації та соцмережах, виявлення інформаційних ризиків та загроз, підготовка відповідних аналітичних звітів для управління Університету;

розробка стандартів внутрішньої та зовнішньої комунікації, включаючи стильове оформлення, логотип, офіційні шаблони документів, та інші елементи візуальної ідентичності;

організація інформаційної підтримки міжнародної співпраці – висвітлення участі Університету в проектах з партнерами з країн-членів НАТО, освітніх та наукових програмах, міжнародних навчаннях, тренінгах, семінарах тощо.

2.5 Загальне керівництво реалізацією Стратегії Університету здійснює заступник начальника університету з психологічної підтримки персоналу – начальник відділу психологічної підтримки персоналу.

2.6 Управління Університету, структурні підрозділи, науково-педагогічні (педагогічні, наукові) працівники та здобувачі освіти є носіями комунікаційної культури Університету, зобов'язані дотримуватись єдиної інформаційної політики у публічних виступах, інтерв'ю та в соціальних мережах.

3. Візуальний стиль

3.1 З метою формування цілісного іміджу та забезпечення єдності комунікаційної політики Університету візуальне оформлення всіх офіційних матеріалів має відповідати загальній бренд-стратегії та інформаційній політиці Університету, а саме:

офіційні матеріали (презентації, інформаційні бюлетені, звіти, повідомлення на сайті, дописи в соціальних мережах) повинні оформлюватися в уніфікованому візуальному стилі відповідно до брендбуку Збройних Сил України;

дизайн інформаційних ресурсів (офіційний сайт, сторінки у соціальних мережах, відео та інфографіка) повинен базуватись на затверджених шаблонах, кольорах, логотипах, шрифтах та графічних елементах Університету;

використання візуальних матеріалів має відображати цінності та стратегічні пріоритети Університету. До таких матеріалів належать фотографії з навчального процесу, наукової діяльності, участі в міжнародних заходах, взаємодії з партнерами, а також зображення, що передають атмосферу академічної дисципліни, патріотизму та професіоналізму;

будь-яке використання державної символіки, логотипів партнерських організацій або символів військових формувань має здійснюватися згідно з чинним законодавством України та наказами Міністерства оборони України.

4. Канали комунікації та ключові повідомлення

4.1 Основними каналами комунікації в Університеті є:

офіційний вебсайт Університету;
офіційна сторінка Університету у Facebook;
офіційна сторінка Університету в Instagram;
офіційний канал Університету на YouTube;
корпоративна електронна пошта.

4.2 Засоби передачі інформації:

офіційні оголошення на вебсайті;
інформування через внутрішні інформаційні канали (електронна пошта, групи в меседжерах);
публікації у соціальних мережах;
інформаційні стенди, бюлетені, внутрішні повідомлення;
презентаційні матеріали, що супроводжують офіційні події;
комунікаційна підтримка заходів Університету.

4.3 Ключові меседжі внутрішньої комунікації:

Університет забезпечує високий рівень військової освіти, яка відповідає стандартам Збройних Сил України та партнерів з НАТО;

Університет готує професіоналів, готових до виконання завдань в умовах сучасної війни та оборони;

Університет – це простір дисципліни, професійного зростання і патріотичного виховання;

комунікація в Університеті відкрита, структурована та базується на взаємоповазі;

академічна доброчесність, відповідальність і взаємодопомога – ключові цінності внутрішнього середовища;

підтримка здорового комунікаційного середовища сприяє формуванню довіри, належності до спільної місії та розвитку лідерських якостей.

4.4 Ключові меседжі зовнішньої комунікації:

Університет – стратегічний центр підготовки фахівців для оборонного сектору України;

освітні програми Університету поєднують військову підготовку, сучасні технології та міжнародну співпрацю;

Університет відкритий до партнерства у сфері науки, освіти, оборонних технологій та стратегічних ініціатив;

усі зовнішні комунікації Університету спрямовані на зміцнення довіри, репутації та прозорості діяльності;

публічне позиціонування Університету ґрунтується на єдиній візуальній ідентичності, узгоджених меседжах та відповідальній інформаційній політиці;

Університет діє відповідно до принципів державної безпеки, академічної доброчесності та міжнародної інтеграції.

5. Кризова комунікація

5.1 Кризова комунікація в Університеті спрямована на забезпечення своєчасного, скоординованого та безпечного реагування у випадках, що можуть завдати шкоди репутації, порушити стабільність функціонування або створити інформаційні ризики. Комунікація в умовах кризи здійснюється на основі принципів відповідальності, прозорості та інформаційної безпеки.

5.2 Політика кризової комунікації застосовується у випадках інформаційного тиску або дезінформації, надзвичайних ситуацій, витоку конфіденційних даних, загроз безпеці управління, структурним підрозділам, науково-педагогічним (педагогічним, науковим) працівникам та здобувачами освіти або інфраструктури Університету, а також у ситуаціях, що потребують публічного реагування.

5.3 Комунікація в кризових ситуаціях базується на:
 єдності позиції та узгодженості повідомлень;
 швидкості реагування на інформаційні виклики;
 дотриманні норм відкритості та державної безпеки;
 попередженні поширення неперевіреної чи суперечливої інформації.

6. Прикінцеві положення

6.1 Стратегія затверджується вченою радою Університету і набуває чинності з моменту її введення в дію наказом начальника Університету.

6.2 Пропозиції щодо внесення змін та доповнень до затвердженої Стратегії мають право вносити всі учасники освітнього процесу Університету.

6.3 Зміни та доповнення до Стратегії здійснюються та погоджуються у такому самому порядку, як і затвердження Стратегії.