

МІНІСТЕРСТВО ОБОРОНИ УКРАЇНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ОБОРОНИ УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ ПРОФЕСІЙНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ ОСВІТИ
“ВИШКІЛ ЛІДЕРІВ”**



**КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ОБОРОНИ УКРАЇНИ**

Київ – 2025

Затверджена рішенням Вченої ради
Національного університету
оборони України
(протокол № 7 від 23.06.2025)

КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ Національного університету оборони України

1. Загальні положення

1.1. Комунікаційна стратегія Національного університету оборони України (далі – Університет) – це основний документ, який окреслює напрями зовнішньої і внутрішньої комунікації.

1.2. Метою Комунікаційної стратегії Національного університету оборони України (далі – Комунікаційна стратегія) є забезпечення інформування стейкхолдерів, всіх цільових аудиторій про місію та візію Університету, його організацію і роль, виконання основних завдань, можливостей й перспективи співпраці, формування позитивного іміджу закладу.

Комунікаційна стратегія створює фундамент для проактивної комунікації про всі інноваційні процеси і досягнення Університету.

1.3. Візія Університету:

Університет – провідний національний вищий військовий навчальний заклад у сферах національної безпеки і оборони, що розвиває людський капітал складових сектору безпеки і оборони України за найкращими національними та світовими практиками і стандартами, сумісними з освітніми програмами країн-партнерів;

Університет є хабом (центром) стратегічного мислення у сферах національної безпеки і оборони держави, лідером у наданні відповідних освітніх і наукових послуг та конкурентоздатним інноваційним освітньо-науковим закладом на світовому ринку послуг у сфері міжнародної безпеки та оборони;

Університет є визнаним центром військової освіти та науки на міжнародному рівні, активно бере участь у міжнародних проектах;

Університет надає освітні послуги військовим та цивільним представникам держав-членів НАТО та країн-партнерів, є провідною установою з реалізації міжнародних наукових проєктів в оборонній сфері.

1.4. Місія (основне завдання) Університету:

задоволення потреб Збройних Сил України та інших складових сектору безпеки і оборони України в лідерах з широким інтелектуальним горизонтом шляхом надання високоякісних освітніх послуг;

розроблення якісної наукової та науково-аналітичної продукції за результатами фундаментальних і прикладних досліджень у сфері національної безпеки і оборони;

інтеграція Університету до системи військової освіти та підготовки держав-членів НАТО;

імплементация євроатлантичних стандартів освітньої та наукової діяльності на національному рівні;

просування іміджу Університету на міжнародній арені.

2. Цілі Комунікаційної стратегії

2.1. Комунікаційна стратегія передбачає досягнення таких комунікаційних цілей:

підвищення обізнаності та розуміння ролі та місця Університету серед усіх стейкхолдерів;

інформування про досягнення Університету;

здійснення освітньої діяльності (освітні програми, курси професійної освіти (підготовки), курси підвищення кваліфікації тощо) та наукової і науково-технічної діяльності, інноваційної діяльності, міжнародну співпрацю;

просування цінностей Університету, використовуючи відповідні канали та меседжі;

залучення потенційних студентів та здобувачів військової освіти, а також партнерів;

забезпечення внутрішньої комунікації.

2.2. Відповідальним підрозділом за організацію та координацію комунікації Університету є його пресслужба, яка поширює меседжі для всіх цільових аудиторій і є відповідальною за формулювання ключових меседжів для всіх цільових аудиторій.

3. Комунікація Університету

3.1. Зовнішня комунікація

3.1.1. Метою зовнішньої комунікації є просування візії, місії, інформації про професійну діяльність Університету. Зовнішня комунікація повинна забезпечувати узгодженість повідомлень у всіх видах комунікації при зверненні до відповідних зовнішніх аудиторій: Збройні Сили України, замовники на

підготовку військових фахівців, громадянське суспільство, держави-члени НАТО та країни-партнери.

Випускники Університету обіймають найвищі керівні посади в силах оборони України.

3.1.2. Меседж для зовнішніх аудиторій

Університет – освітній хаб у сфері національної безпеки і оборони, який прагне стати акредитованим регіональним освітнім хабом НАТО. Наші випускники – це висококваліфіковані офіцерські кадри, які боронять нашу державу заради миру та стабільності. Прагнемо до міжнародної співпраці та обміну знаннями для підвищення рівня військової підготовки та безпеки.

3.1.3. Канали зовнішньої комунікації:

- залучення ключових лідерів;
- взаємодія з міжнародною спільнотою;
- співпраця з іншими вищими військовими навчальними закладами та закладами професійної військової освіти;
- вебсторінка;
- проведення конференцій;
- оприлюднення пресрелізів;
- надання інтерв'ю, підготовка матеріалів для оприлюднення у медіа;
- публічні заходи (дні відкритих дверей, виставки тощо);
- публікації в соціальних мережах;
- річні звіти.

Офіційні повідомлення для зовнішньої цільової групи потребують попереднього узгодження з начальником Національного університету оборони України.

3.2. Внутрішня комунікація

3.2.1. Ефективна внутрішня комунікація важлива для належної роботи Університету. Вона забезпечує прозорість взаємовідносин між керівництвом, науково-педагогічними, науковими та педагогічними працівниками, особовим складом, розуміння загальної візії та місії Університету.

3.2.2. Меседж для внутрішньої аудиторії

Університет – команда професіоналів, що виховує захисників-лідерів нашої держави. Наша відданість, знання та мужність – запорука успіху нашої місії. Спільно ми прагнемо до високих стандартів підготовки, розвитку та підтримки військової академічної та бойової досконалості.

3.2.3. Канали внутрішньої комунікації:

накази та розпорядження начальника Національного університету оборони України;
інформаційні системи, головним чином, MOODLE, MS TEAMS;
наради / брифінги, збори;
повідомлення в СЕДО;
протоколи нарад, звіти тощо.

4. Принципи комунікації

4.1. Патріотизм і честь – виховання в дусі національних традицій відповідальних офіцерів, які готові служити і захищати свою країну, свій дім, знають і поважають історію державності.

4.2. Професіоналізм і високі стандарти освіти – прагнення до забезпечення найвищого рівня освіти та підготовки згідно з сучасними підходами та стандартами, а також з урахуванням поточної ситуації на полі бою.

4.3. Інноваційність та сучасність – впровадження передових технологій і методик викладання для підвищення ефективності організації освітнього процесу.

4.4. Гуманізм і виховання моральних цінностей – формування високої моральної культури, відповідальності, взаємоповаги серед здобувачів військової освіти, науково-педагогічних, наукових і педагогічних працівників.

4.5. Міжнародна співпраця – розвиток партнерських зв'язків з військовими та освітніми установами інших країн для обміну досвідом, створення умов для академічної мобільності, формування міжнародної освітянської спільноти однодумців.

4.6. Відповідальність, відкритість та орієнтованість на результат – дотримання високих стандартів етики, честі та відповідальності у всіх сферах діяльності Університету.

4.7. Комунікація із зовнішньою аудиторією повинна відповідати вимогам Керівництва із використання графічного стилю у візуальній комунікації.

5. План реалізації

5.1. За результатами проведення ключових заходів готується пресреліз з фоторепортажем, який оприлюднюється на офіційних ресурсах Університету, надсилається для оприлюднення на вебсайті Міністерства оборони України.

5.2. Планувати інтерв'ю з керівництвом Університету, здобувачами військової освіти.

6. Моніторинг та аналіз комунікації (KPI)

Основними кількісними та якісними показниками ефективності комунікації є:

відвідуваність вебсайту Університету та сторінок у соціальних мережах;
обсяг охоплення цільових аудиторій;
збільшення конкурсної пропозиції для здобувачів військової освіти;
збільшення кількості міжнародних проєктів, кількості заходів освітньої та наукової і науково-технічної діяльності;
підтримання іміджу та популярності Університету.

7. Прикінцеві положення

7.1. Комунікаційна стратегія затверджується рішенням Вченої ради Національного університету оборони України та оприлюднюється на офіційному вебсайті Університету.

7.2. Комунікаційна стратегія підлягає перегляду кожен рік відповідно до проведеного аналізу комунікації Університету.

7.3. Антикризова комунікація Університету, за умов виникнення репутаційних/комунікаційних загроз, здійснюється відповідно до розробленого протоколу реагування, який є службовою документацією.

7.4. Пресслужба Університету є відповідальною за здійснення контролю за реалізацією Комунікаційної стратегії.