7. **Odbor strategické komunikace státu**

Odbor strategické komunikace státu je v organizační struktuře v působnosti vedoucího Úřadu.

Ředitele Odbor strategické komunikace státu řídí přímo vedoucí Úřadu.

Odbor strategické komunikace státu nemá obor státní služby a zaměstnanci vykonávají činnosti v pracovněprávním vztahu.

Odbor strategické komunikace státu ve své působnosti

1. Zajišťuje

* pravidelnou analýzu informačního prostředí,
* monitoring informačního prostředí a hrozeb s tím souvisejících,
* sekundární analýzy na bázi dostupných sociologických, vědeckých a mediálních studií,
* podklady pro strategickou komunikaci veřejných institucí,
* doporučení adekvátních reakcí pro představitele veřejné správy,
* odbornou přípravu mediálních kampaní vycházejících z komunikačních potřeb státu,
* tvorbu audiovizuálních produktů pro vedení kampaní a pro klíčové komunikátory,
* proaktivní sledování trendů v digitální komunikaci a sociálních médiích.

1. Zodpovídá

* za přípravu individuálních analýz, monitoring informačního prostředí,
* za pravidelný report informačního prostředí,
* za spolupráci s jinými resorty a institucemi v přípravě akutní a krizové komunikace.

1. Koordinuje

* komunikaci klíčových složek státu ke strategické komunikaci státu,
* komunikaci klíčových složek státu v případě krizových situací ve spolupráci s Ústředním krizovým štábem a jeho příslušnými orgány, tedy s Odbornou pracovní skupinou Ústředního krizového štábu pro koordinaci krizové komunikace,
* komunikační aktivity s externími partnery, včetně nevládních organizací a odborníků z akademické nebo soukromé sféry.

(4) Zadává

* průzkumy veřejného mínění v otázkách relevantních pro strategickou komunikaci,
* externí tvorbu audiovizuálních produktů,
* vývoj nových komunikačních nástrojů a technologií pro efektivnější dosah kampaní.

(5) Zpracovává

* koncepční dokumenty v oblasti strategické komunikace, ve spolupráci s ústředními správními úřady,
* reporty a přehledy komunikačních témat,
* hodnocení dopadu realizovaných komunikačních aktivit a navrhuje opatření pro jejich optimalizaci.

(6) Podílí se

- na řízení a plánování dlouhodobé politiky státu v oblasti strategické komunikace státu a za řízení a koordinaci společného postupu při čelení dezinformačním vlnám významného rozsahu, pod vedením vládního koordinátora strategické komunikace státu,

- na odborné a metodické pomoci ústředním správním úřadům v oblasti přípravy a realizace mediálních kampaní,

- na vývoji a implementaci komunikačních plánů na národní úrovni.

Odbor se člení na

1. Oddělení plánů a analýz,
2. Oddělení tvorby a organizace.

7.1 Oddělení plánů a analýz

1. Zpracovává

* přípravu pravidelných analýz informačního prostředí, určených pro členy vlády a další relevantní adresáty napříč státní správou,
* přípravu individuálních analýz souvisejících se strategickou komunikací,
* přípravu komunikačních doporučení pro členy vlády, jednotlivé resorty a další adresáty napříč státní správou,
* monitoring a analýzu potenciálních hrozeb v informačním prostoru souvisejících s komunikační oblastí a doporučení adekvátní reakce, ve spolupráci s dalšími partnery ze státní správy,
* koordinaci komunikace klíčových složek státu v případě krizových situací, ve spolupráci s Ústředním krizovým štábem a jeho příslušnými orgány, tedy s Odbornou pracovní skupinou Ústředního krizového štábu pro koordinaci krizové komunikace (PSKK),
* přípravu strategických a koncepčních dokumentů v oblasti dezinformací, ve spolupráci s vládním koordinátorem strategické komunikace státu,
* výzkum a analýzu nových komunikačních trendů a technologií, které mohou být využity ve strategické komunikaci státu.

1. Zajišťuje

* přípravu plánu strategické komunikace,
* komunikační narativy pro potřeby ústředních správních úřadů,
* pravidelné benefity a konzultace pro vedoucí pracovníky veřejné správy.

7.2 Oddělení tvorby a organizace

1. Zpracovává

* odbornou přípravu a zajištění mediálních kampaní vycházejících z komunikačních potřeb státu,
* reporty a přehledy mapující mediální ukazatele zásahu realizovaných mediálních kampaní,
* produkci a distribuci audiovizuálních materiálů prostřednictvím různých médií a digitálních platforem.

1. Podílí se

* na komunikaci se subjekty z oblasti médií, reklamních a mediálních agentur,
* na organizaci veřejných diskusích a informačních akcí zaměřených na posílení povědomí o strategických komunikačních iniciativních státu.