

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

2022 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Управління інформацією

для студентів

спеціальності

061 Журналістика

рівня вищої освіти

другого (магістерського)

освітньої програми

061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Київ - 2022



Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« 01 » 09 2021 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Управління інформацією

для студентів

спеціальності **061 Журналістика**
Освітнього рівня **другого (магістрського)**
освітньої програми **061.00.020 "Реклама і зв'язки з громадськістю"**



Київ - 2021

Розробник:

Новохатько Леонід Михайлович, доктор історичних наук, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Викладач:

Новохатько Леонід Михайлович, доктор історичних наук, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від 26 серпня 2020 року № 1

Заступник завідувача кафедри  Т. Ю. Белофастова

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю

26 серпня 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми  Л.М.Новохатько

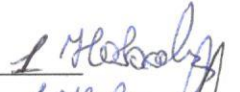
Робочу програму перевірено

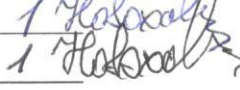
28 серпня 2020 р.


Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи  О. А. Росінська

Пролонговано

на 2020/20 21 н.р. підпис (ПБ), « 26 » 08 20 20 р., протокол № 1 

на 2021/20 22 н.р. підпис (ПБ), « 27 » 05 20 21 р., протокол № 1 

на 2022/20 23 н.р. підпис (ПБ), « 02 » 09 20 22 р., протокол № 1 

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), « __ » __ 20__ р., протокол № _____

I. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	основна	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120	-
Курс	1	-
Семестр	1	-
Кількість змістових модулів з розподілом:	4	-
Обсяг кредитів	4	-
Обсяг годин, в тому числі:	120	-
Аудиторні	32	-
Модульний контроль	8	-
Семестровий контроль	30	-
Самостійна робота	50	-
Форма семестрового контролю	Іспит	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є ознайомлення з основними принципами побудови та розвитку сучасного інформаційного суспільства, управління ним (з використанням матеріалів українського та зарубіжного досвіду).

Завдання:

- *розвивати інтегральну компетентність:* Здатність розв'язувати складні задачі та практичні проблеми інноваційного характеру у професійній діяльності в галузі реклами та зв'язків з громадськістю, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
- *розвивати загальні компетентності* такі, як:
 - ЗКУ-2 Здатність критично оцінювати отриману інформацію, використання логіки і раціональних міркувань, повнота аргументації для оцінки ситуації і правильності обраної стратегії розв'язання завдань з урахуванням контексту. Здатність бути критичним і самокритичним
 - ЗКУ-4 Здатність до управління: уміти знаходити переконливі аргументи, вербальні і невербальні засоби впливу в дискусіях з колегами, партнерами, клієнтами для досягнення комунікаційної мети, створення сприятливого суспільного середовища,

формування власного іміджу і визнання результатів своєї праці;
здатність організовувати власну фахову діяльність у різних організаціях

- ЗКУ-5 Здатність генерувати нові ідеї (креативність)
- ЗКУ-6 Здатність до когнітивної гнучкості; здатність здобувати нові знання, уміння та інтегрувати їх з уже наявними; спроможність аналізувати явище, ситуацію, проблему, враховуючи різні параметри, фактори, причини; здатність адаптувати мислення для вирішення завдань при зміні умов чи нестандартних ситуаціях.
- ЗКУ-10 Володіння сучасними інформаційними ресурсами та технологіями. Інформаційна та ІКТ-грамотність.

• *фахові компетентності:*

- ФКУ-2 Здатність чітко оцінювати потреби медіаринку шляхом проведення моніторингової діяльності, аналізуючи контекст, формуючи відповідний контент;
- ФКУ-5 Здатність оцінювати ефективність управлінських рішень з рекламних та PR-проектів, готувати звіти за результатами інформаційно-аналітичної діяльності; здатність ефективно презентувати результати оцінки якості та ефективності проектів;
- ФКУ-6 Здатність до управління службами комунікації, реклами та зв'язків з громадськістю фірм, організацій, планування і організація рекламних та PR-кампаній.

3. Результати навчання за дисципліною

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких програмних результатів за ОПІ 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», освітнього рівня другого «магістерського»:

РНУ-02 На основі отриманої інформації розв'язувати професійні завдання, аргументуючи вибір стратегії.

РНУ-04 Формувати план роботи команди, здійснювати керівництво командною роботою при виконання професійних завдань.

РНУ-05 Розробляти власні проекти на основі креативних ідей, формувати ідеї старт-апів.

РНУ-06 При розробці та втіленні власних проектів проявляти когнітивну гнучкість, здатність отримувати нові знання, враховувати різні параметри, фактори, причини, координувати розроблену стратегію з огляду на нову інформацію.

РНУ-10 Використовувати всі можливості сучасних інформаційних ресурсів для створення та просування рекламного та PR-продукту

РНУ-12 Проводити професійний моніторинг запитів ринку рекламного та PR-продукту з метою формування конкурентоспроможного продукту.

РНУ-16 Управляти службами комунікації, реклами та зв'язків з громадськістю фірм, організацій, планування і організація рекламних і PR-кампаній.

У результаті вивчення дисципліни "Управління інформацією" студент знатиме:

- головні етапи становлення та розвитку постіндустріального, інформаційного суспільства;
- об'єкт, предмет, структуру та функції управління інформацією в світі, в тому числі, в Україні;
- основні поняття та терміни, що функціонують з окреслені області знань про суспільні науки;
- правові та етичні основи управління інформацією.

Студент повинен:

- орієнтуватися у сучасних потоках соціально-економічної, політичної та іншої інформації, в тому числі – в Інтернеті;
- володіти відповідним інструментарієм;
- застосовувати отримані знання у практичній роботі;
- дотримуватись норм професійної етики при управлінні інформацією, чітко розрізняти у своїй практичній роботі власне «управління» та «маніпуляції» людською свідомістю;
- володіти навичками комунікаційної компетентності та вмінням аргументовано відстоювати свою позицію.

4. Структура навчальної дисципліни
Тематичний план для денної форми навчання

№ п / п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Семинарські	Практичні	Самостійна робота	Модульний контроль	Підсумков
Модуль I.									
Сучасне інформаційне суспільство: генеза, тенденції, основні риси управління									
1	Основні риси інформаційного суспільства та комунікаційного менеджменту. Стратегія як спосіб управління інформацією	10	4	2	2		6		
2	«Прямі» методи управління інформацією	10	4	2	2		6		
	Модульна контрольна робота № 1	2						2	
	Разом	22	8	4	4		12	2	
Модуль II.									
Технології управління інформацією та діагностика цього процесу. Непрямі методи управління інформацією та ЗМІ									
3	Технології «непрямих» методів управління інформацією. Фейки та боротьба з ними	10	4	2		2	6		
4	Управління інформацією в політиці	10	4			4	6		
	Модульна контрольна робота № 2	2						2	
	Разом	22	8	2		6	12	2	
Модуль III.									
Маніпулятивні технології в різних сферах суспільства та способи протистояння									
5	Управління інформацією в умовах кризи. Діагностика результатів. Фактчекінг	10	4	2	2		6		
6	Управління інформацією у соціально-економічній, гумантарній сфер та шоу-бізнесі	10	4			4	6		
	Модульна контрольна робота № 3	2						2	
	Разом	22	8	2	2	4	12	2	
Модуль IV									

7	Управління інформацією в кризових умовах: українська та зарубіжна практика	12	4		2	2	8		
8	Проблеми кібербезпеки в сучасному світі та Україні	10	4		2	2	6		
	Модульна контрольна робота № 4	2						2	
	<i>Разом</i>	24	8		4	4	14	2	
	<i>Екзамен</i>	30							30
	Всього	120	32	8	10	14	50	8	30

5. Програма навчальної дисципліни

Модуль I.

СУЧАСНЕ ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО: ГЕНЕЗА, ТЕНДЕНЦІЇ, ОСНОВНІ РИСИ УПРАВЛІННЯ

Лекція 1. Основні риси інформаційного суспільства та комунікаційного менеджменту. Стратегія як спосіб управління інформацією

Виникнення та поширення інформації. Постіндустріальне, інформаційне суспільство, нова роль інформації та комунікації у сучасному глобалізованому світі. Кількісні та змістовні характеристики каналів масової комунікації у ХХІ ст., в тому числі в Україні.

Ефективна інформаційна інфраструктура як запорука успішного розвитку сучасних держав. Засоби та методи обробки, аналізу інформації.

Інформаційна політика – важлива складова функціонування держави і суспільства. Відкритість влади.

Неможливість використання у сучасних умовах старих моделей управління інформаційним простором. Продукування, управління, захист та знищення інформації. Створення автоматизованих технологій обробки інформації в конкретній галузі (компанії, організації).

Інформаційне забезпечення процесу прийняття важливих рішень – в державній, бізнес-структурі, політичній партії, громадській організації. Виникнення перших професійних співтовариств: Асоціації інформаційного менеджменту, Асоціації з управління інформаційними ресурсами, Товариства з управління інформаційними системами і т.д.

Необхідність підготовки фахівців цієї сфери, основні кваліфікаційні та морально-етичні вимоги до них.

Політико-правові та організаційно-технічні проблеми управління інформацією в Україні. Перспективи відкритості та електронного урядування.

Мислення інформацією. Інформаційні стратегії в різних сферах життєдіяльності. Основні прояви стратегій. Стратегія як методологія роботи з

невідомим. Стратегічні виклики Україні та шляхи їх подолання. Стратегічні наслідки розвитку інформаційних технологій для військової справи.

Лекція 2. «Прямі» методи управління інформацією

Варіанти управління інформацією і, перш за все, новинами. Використання адміністративного ресурсу, адміністративно-правових регуляторів. Другий варіант – більш креативний, заснований на управлінні інформацією як такою.

Досвід державного управління інформацією. США в період великої депресії (30-ті роки 20 ст.), Західна Німеччина та Японія після Другої Світової війни.

Кібербезпека в сучасному світі та Україні. Поняття інформаційної війни. Інформаційні війни / психологічні операції і національна безпека. Пропагандистські дії в ХХ-ХХІ столітті. Комунікативні складові психологічної/інформаційної війни. Інформаційна асиметрія як технологія. Інформаційна війна з Росією. Роль громадянського суспільства у сфері кібербезпеки. Взаємодія рекламного чи ПР-спеціаліста (агентства, фірми) із засобами масової інформації як важливий інструмент у процесі «прямого» управління інформпотоком.

Модуль 2.

ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ ТА ДІАГНОСТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЦЬОГО ПРОЦЕСУ. НЕПРЯМІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ ТА ЗМІ.

Лекція 3. Технології «непрямих» методів управління інформацією. Фейки та боротьба з ними

Поняття «управління» та «маніпуляція». Взаємодія рекламного чи ПР-спеціаліста (агентства, фірми) зі ЗМІ у процесі «непрямого» поширення інформації, виробництва та розповсюдження новин – важлива складова його роботи.

Найпоширеніші прийоми маніпуляції. Прийом замовчування. Зміна тематичних пропорцій у загальному об'ємі інформації. Створення потоку дрібних новин, які відволікають увагу від важливих. Прийом перестановки акцентів при висвітленні фактів. «Метод Гебельса» (багаторазові повтори). Залучення авторитетного джерела, особи. «Підгонка» опитувань та рейтингів. Підбірка цитат. Використання чуток, домислів. Метод фрагментації. Метод чергування на інформаційному конвеєрі: «правда – правда – не правда – правда». Створення неправдивих подій, містифікацій. Доповнення або заміщення відсутніх фактів емоціями. Метод «приєднання». Метод «дистанціювання». Метод «пакування» інформаційного повідомлення під конкретне ЗМІ, оптимізація форми і стилю подачі матеріалів. Поширення повідомлень – тригерів. Застосування фреймів. Використання наративів. Пріоритетне надавання інформації та інформаційне партнерство.

Найефективніша технологія – створення власних новин, формування власного інформпотоку.

Загальна схема новинного менеджменту (управління новинами). Відбір подій; підготовка очікування (попередні публікації, «витік інформації» і т.д.); проведення самої події; забезпечення висвітлення в ЗМІ; організація коментарів (важливий перший коментар, який задає «загальний тон»; досить систематичне згадування події поряд з іншими фактами; посилення на подію для створення деякої тенденції.

Модуль 3.

МАНПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РІЗНИХ СФЕРАХ СУСПІЛЬСТВА ТА СПОСОБИ ПРОТИСТОЯННЯ

Лекція 4. Управління інформацією в умовах кризи. Діагностика результатів. Фактчекінг

Загальні підходи до виробництва та смислового позиціонування новин для ЗМІ в кризових умовах.

Етапи, логіка та механізми управління інформацією в умовах кризової ситуації: формування власного інформпотоку; його сегментування; пріоритетна подача інформації; партнерство; оптимізація форми та стилю подачі матеріалів.

Прийоми створення та посилення новин. Основна та «додаткова» вага новини.

Взаємодія рекламного чи ПР-спеціаліста (фірми) зі ЗМІ у процесі виробництва та розповсюдження новин в умовах кризи.

Модуль 4.

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ В КРИЗОВИХ УМОВАХ: УКРАЇНСЬКА ТА ЗАРУБІЖНА ПРАКТИКА

Готовність ПР-спеціаліста (ПР-фірми) до кризи. Робота з цільовою аудиторією в умовах надзвичайних подій, системної чи локальної кризи.

Криза як сигнал до зміни управління ПР-процесами та інформаційного забезпечення життєдіяльності країни, галузі, підприємства (установи), політичної партії і т.д. Передбачення кризи як елемент важливої роботи рекламного чи ПР-спеціаліста (фірми).

Загальні та локальні прийоми управління інформацією в період кризи. Версія як ключовий момент нейтралізації наслідків надзвичайної ситуації.

Управління інформацією шляхом підготовки і контролю за чотирма блоками: необхідними змістовними матеріалами; спікерами; модулями письмових та усних заяв, текстів; каналами комунікації.

Проблеми кібербезпеки в сучасному світі та Україні. Необхідність посилення заходів з кібербезпеки. Комунікативні канали та важелі впливу терористів, зокрема – у кіберпросторі. Характеристика основного інструментарію протидії. Заходи державних органів, особливо – сектору безпеки та оборони (в тому числі – українських) щодо захисту власного

кіберпростору. Інформаційна війна з Росією. Роль громадянського суспільства у сфері кібербезпеки.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	1	1	1	1		
Відвідування семінарських занять	1	2	2			1	1	2	2
Відвідування на практичному занятті	1			3	3	2	2	2	2
Робота на семінарському занятті	10	2	20			1	10	2	20
Робота на практичному занятті	10			3	30	2	20	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом	279		59		69		69		79
Максимальна кількість балів	279								
Розрахунок коефіцієнта	<p>Розрахунок: $279:60=4.6$ Студент набрав: 258 балів Оцінка: $258:4.6 = 56$ балів + бал за іспит в межах 40</p>								

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

1. Сформуувати таблицю етапів розвитку та характеристик інформаційного суспільства
2. Проаналізувати внесок найвідоміших вчених, державних діячів, фахівців-практиків у розвиток інформаційного менеджменту
3. Дослідити ефективність управління інформацією в рекламній та PR-діяльності в епоху трансформацій
4. Проаналізувати головні джерела походження інформації
5. Описати процес продукування, управління, захисту та знищення інформації
6. Охарактеризувати моральні проблеми інформаційної діяльності
7. Підготувати доповідь на тему: «Сучасні професійні співтовариства в інформаційній сфері»
8. Охарактеризувати інформаційну діяльність сучасних зарубіжних рекламистів та PR-фахівців
9. Розкрити європейські принципи поширення інформації, в т.ч. в галузі реклами та зв'язків з громадськістю
10. Проаналізувати норми відповідальності рекламиста і PR-фахівця при роботі з інформацією у зарубіжних країнах
11. Проаналізувати прямі методи управління інформацією
12. Охарактеризувати опосередковані методи управління інформацією
13. Підготувати порівняльну характеристику різних видів стратегій в роботі з інформацією
14. Перерахувати та охарактеризувати основні прийоми створення власного інформпотоку
15. Проаналізувати законодавство України щодо етичних принципів та норм під час виборчої кампанії
16. Описати етапи та механізми управління інформацією
17. Охарактеризувати прийоми створення та посилення новин
18. Узагальнити проблеми інформаційного протистояння у сучасному світі
19. Охарактеризувати вимоги до професійних стандартів роботи PR-фахівця під час інформаційної війни
20. Підготувати доповідь на тему: «Технології реклами та публік рилейшнз у реалізації євроінтеграційного вибору України»
21. Охарактеризувати прийоми управління інформацією в період кризи
22. Створити план підготовки до кризової ситуації бізнес-структури (за вибором студента)
23. Охарактеризувати основні комунікативні канали та важелі впливу сучасних терористів, форми і методи боротьби з ними
24. Проаналізувати практику боротьби громадянського суспільства з проявами кібертероризму та інформаційної війни (українські та зарубіжні реалії)

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом у вигляді електронного документу або презентації власного проєкту.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем у робочій програмі. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають використання набутих теоретичних знань та практичних навичок: відповіді на запитання, створення документаційної бази по власним проєктам, презентація проєктів тощо.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 2, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі іспиту і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

6.5. Орієнтований перелік питань для семестрового контролю

1. Виникнення та поширення інформації: історія та сьогодення.
2. Постіндустріальне, інформаційне суспільство: основні риси та характеристики.

3. Нова роль інформації та комунікації у сучасному глобалізованому світі.
4. Кількісні та змістовні характеристики каналів масової комунікації у ХХІ ст. (в тому числі в Україні).
5. Ефективна інформаційна інфраструктура як запорука успішного розвитку сучасних держав.
6. Засоби та методи обробки, аналізу інформації.
7. Інформаційна політика – важлива складова функціонування держави і суспільства. Відкритість влади.
8. Аналіз основних загроз в інформаційній сфері: всесвітній, український, особистісний аспекти.
9. Інструментарій деструктивних сил та впливів.
10. Заходи з кібербезпеки у сучасному світі.
11. Інформаційний тероризм та боротьба з ним.
12. Інформація та управління нею на рівні підприємства, компанії, установи, організації.
13. Використання у сучасних умовах нових моделей управління інформаційним простором.
14. Створення технологій обробки інформації в конкретній галузі (компанії, організації).
15. Інформаційне забезпечення процесу прийняття важливих рішень (в державній, бізнес-структурі, установі, політичній партії, громадській організації).
16. Виникнення перших професійних співтовариств з управління інформаційними системами.
17. Підготовка фахівців з управління інформацією, основні кваліфікаційні та морально-етичні вимоги до них.
18. Політико-правові та організаційно-технічні питання управління інформацією в Україні.
19. Відкритість та електронне урядування в Україні та Європі.
20. Зарубіжний досвід регулювання інформаційної сфери. Інформаційна політика ООН.
21. Американський та канадський досвід розвитку національної інформаційної інфраструктури.
22. Політика Європейського Союзу щодо побудови інформаційного суспільства та управління ним.
23. Прямі та опосередковані методи управління інформацією в ЗМІ.
24. Прямі та опосередковані методи управління інформацією в ПР та рекламі.
25. Інформаційні стратегії в різних сферах життєдіяльності.
26. Основні стратегії роботи з інформацією.
27. Стратегія як методологія роботи з невідомим.
28. Інформаційні виклики Україні та шляхи їх подолання.
29. Стратегія і тактика застосування інформаційних технологій у військовій справі.
30. Застосування ПР-стратегій для управління інформацією.

31. Організація реакції на подію як спосіб управління інформацією.
32. Конструювання прямого та опосередкованого контенту події.
33. Два варіанти управління новинними потоками інформації.
34. Теорія та практика використання креативного підходу в управлінні інформацією.
35. Формування власного інформаційного потоку.
36. Сегментування інформаційного потоку.
37. Маніпулювання інформацією: форми, методи, результати.
38. Інформаційне партнерство як спосіб управління інформацією.
39. Взаємодія PR-спеціаліста (PR-фірми) із засобами масової інформації як важливий інструмент управління інформпотоком.
40. Загальні підходи до виробництва та смислового позиціонування новин для ЗМІ.
41. Етапи, логіка та механізми управління інформацією.
42. Пріоритетна подача інформації як спосіб управління інформпотоком.
43. Прийоми створення та посилення новин.
44. Основна та «додаткова» вага новини.
45. Взаємодія рекламного чи PR-спеціаліста (фірми) зі ЗМІ у процесі виробництва та розповсюдження новин.
46. Поняття інформаційної війни. Інформаційні війни/психологічні операції і національна безпека.
47. Пропагандистські дії в XX-XXI столітті. Комунікативні складові інформаційної війни.
48. Інформаційна асиметрія як технологія.
49. Характеристика понять «управління» та «маніпуляція» в інформаційній сфері, рекламній та PR-діяльності.
50. Міжнародна та українська практика економічних, провладних впливів, використання адміністративного ресурсу.
51. Робота з цільовою аудиторією в умовах надзвичайних подій, системної чи локальної кризи.
52. Криза як сигнал до зміни управління PR-процесами та інформаційного забезпечення (країни, галузі, підприємства, політичної партії і т.д.).
53. Передбачення кризи як елемент роботи рекламного чи PR-спеціаліста (фірми).
54. Загальні та локальні прийоми управління інформацією в період кризи.
55. Версія як ключовий момент нейтралізації наслідків надзвичайної ситуації.
56. Основні складові управління інформацією в політичній сфері
57. Основні складові управління інформацією в економічному житті країни.
58. Основні складові управління інформацією в гуманітарній сфері.
59. Необхідність посилення заходів з кібербезпеки у сучасному світі.
60. Комунікативні канали та важелі впливу терористів, характеристика основного інструментарію протидії.
61. Заходи державних органів, щодо захисту кіберпростору.
62. Участь громадянського суспільства у боротьбі із кіберзагрозами.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

7. Рекомендована література Основна (Базова)

1. Даніл`ян В.О. Інформаційне суспільство та перспективи його розвитку в Україні (соціально-філософський аналіз). Монографія. Харків: Право, 2008. 184 с.

2. Європейські стандарти в галузі свободи слова /М-во юстиції України. Київ : Видавничий Дім «Ін Юре», 2002. 232 с. (Серія «Права людини в міжнародних актах»).

3. Інформаційна безпека держави : навч. посіб. для студ. / В.І. Гур'єв, Д.Б. Мехед, Ю.М. Ткач, І.В. Фірсова. Ніжин: ФОП Лук'яненко В.В. ТПК «Орхідея», 2018. 166 с. URL: <http://ir.stu.cn.ua/bitstream/handle/123456789/19246/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC.%20%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D0%B0%20%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B6.%20New%20booklet%201.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 20.08.2022).

4. Лісовська Ю.П. Кібербезпека. Ризики та заходи : навч. посібник. Київ : Кондор. 2019. 272 с.

5. Матвієнко М.Н., Цивін М.Н. Інформаційний менеджмент. Опорний конспект лекцій у схемах і таблицях. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ : Видавничий Дім «Слово», 2007. 200 с.

6. Почепцов Г.Г., Чукут С.А. Інформаційна політика: Навч. посіб. 2-е вид., стер. Київ : Знання, 2008. 663 с. (Вища освіта ХХІ століття).

7. Стельмахова О. Піаритись не можна зупинитися. Київ : Ліра-Плюс. 2019. 196 с.

8. Управління інформаційною безпекою. Конспект лекцій: навчальний посібник / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: С. О. Носок, О. М. Фаль, В. М. Ткач. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 258 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/43377> (дата звернення: 20.08.2022).

9. Філософія інформаційно-комунікативного суспільства: теоретико-методологічний контекст: монографія / В.Г.Воронкова, О.В.Соснін, В.О.Нікітенко та ін. Запоріжжя : ЗДІА, 2016. 276 с.

10. Як розпізнати фейк? - правила The Huffington Post. Веб-сайт. CERT-UA. URL: <https://cert.gov.ua/about-us> (дата звернення: 20.08.2022).

Додаткова

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посібник / За загал. ред. В.Ф.Іванова. Київ : Академія Української преси, 2004. 265 с.
2. Джеймс, Лалл. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. Київ : «К.І.С.», 2002. 264 с.
3. Зернецька О. В. Глобальна комунікація : монографія. Київ : Наукова думка, 2017. 348 с.
4. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології : навч. посіб. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. 162 с.
5. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: підручник для студентів вищих навчальних закладів / З-те вид., допов. і переробл. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
6. Кочубей Л.О. PR у політичній сфері: підручник. Київ : ІПіУНД ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2013. 472 с.
7. Міжнародна інформаційна безпека: сучасні виклики та загрози. Київ : Центр вільної преси, 2006. 916 с.
8. Мей, Крістофер. Інформаційне суспільство. Скептичний погляд. Київ : «К.І.С.», 2004. 220 с.
9. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 257 с.
10. Суспільство, ЗМІ, держава: вектори взаємодії: Матеріали Всеукраїнської наради керівників державних і комунальних засобів інформації. Київ : Державний комітет телебачення і радіомовлення України; НДІ засобів масової інформації, 2004. 192 с.
11. Хомський Н. Десять стратегій маніпулювання за допомогою ЗМІ. Веб-сайт. *Психологіс : Енциклопедія практичної психології*. URL: http://psychologis.com.ua/desyat_strategiy_manipulirovaniya_s_pomoschyu_smi.htm (дата звернення: 20.08.2022).

7. Навчально-методична карта дисципліни "Управління інформацією"

Разом: 120 год., лекції – 8 год., семінарські заняття – 10 год.,
практичні заняття – 14 год., модульний контроль – 8 год.,
самостійна робота – 50 год., екзамен – 30 год.

Модулі	Змістовий модуль I		Змістовий модуль II	
Назва модуля	Сучасне інформаційне суспільство: генеза, тенденції, основні риси управління		Технології управління інформацією та діагностика ефективності цього процесу. Прямі методи управління інформацією та ЗМІ	
Кількість балів за модуль	59 балів		69 балів	
Лекції	2 б.		1 б.	
Теми лекцій	Інформаційне суспільство: становлення та сьогодення. Загрози в інформаційній сфері	Зарубіжний досвід регулювання інформаційної сфери	Стратегія як спосіб управління інформацією	
Теми семінарських занять	Інформаційне суспільство: становлення та сьогодення. Загрози в інформаційній сфері 1+10 б.	Зарубіжний досвід регулювання інформаційної сфери 1+10 б.		
Теми практичних занять			Стратегія як спосіб управління інформацією 1+10 б.	Аналіз та відбір інформації для управління рекламними чи ПР-процесами. 2+20 б.
Самостійна робота	5 б.	5 б.	5 б.	5 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)		Модульна контрольна робота 2 (25 балів)	

Модулі	Змістовий модуль III		Змістовий модуль IV	
Назва модуля	Технології управління інформацією та діагностика ефективності цього процесу. Прямі методи управління інформацією та ЗМІ		Управління інформацією в кризових умовах: Українська та зарубіжна практика	
Кількість балів за модуль	69 б.		79 б.	
Лекції	1 б.		2 б.	
Теми лекцій	Сучасні комунікації та маніпуляції в економіці, політиці, гуманітарній сферах та управління ними.		Управління інформацією в кризових умовах: українська та зарубіжна практика	Проблеми кібербезпеки в сучасному світі та Україні
Теми семінарських занять		Інформаційні війни: генезис та інноваційні способи застосування. 1+10 б.		
Теми практичних занять	Сучасні комунікації та маніпуляції в економіці, політиці, гуманітарній сферах та управління ними. 1+10 б.	Інформаційні війни: генезис та інноваційні способи застосування. 1+10 б.	Управління інформацією в кризових умовах: українська та зарубіжна практика	Проблеми кібербезпеки в сучасному світі та Україні
Самостійна робота	5 б.	5 б.	5 б.	5 б.
ІНДЗ	-			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 (25 балів)		Модульна контрольна робота 4 (25 балів)	
Підсумковий контроль	Екзамен (40 балів) Усього			