

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

2020 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Управління інформацією

для студентів

Спеціальності *061 Журналістика*

Освітнього рівня *другого (магістерського)*

Освітньої програми *061.00.02 "Реклама і зв'язки з громадськістю"*

Київ - 2020



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

_____ 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми Новохатько Л.М.Новохатько

Робочу програму перевірено

_____ 2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики

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

Пролонговано

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

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

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

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

Міністерство освіти і науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

2019 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Управління інформацією

для студентів

Спеціальності **061 Журналістика**

Освітнього рівня **другого (магістрського)**

Освітньої програми **“Реклама і зв'язки з громадськістю”**

Київ - 2019



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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

 О. Б. Жильцов
« 15 » * 10 2018 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Управління інформацією

для студентів

Спеціальності **061 Журналістика**

Освітнього рівня **другого (магістрського)**

Освітньої програми **“Реклама і зв'язки з громадськістю”**

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 06-50/18

(підпис) Жильцов
« 15 » * 10 20 18 р.

Київ - 2018

Розробники:

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

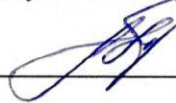
Викладач:

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 30 серпня 2018 року № 1

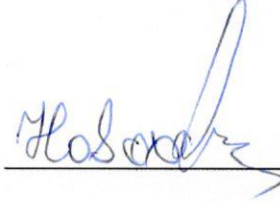
Заступник завідувача кафедри реклами та зв'язків з громадськістю



Т.ІУ.Белофастова

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

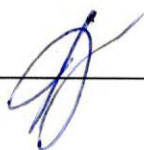
18 09 2018 року

Гарант освітньо-професійної програми  Л.М.Новохатько

Робочу програму перевірено

21 09 2018 р.

Заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи



О.А.Росінська

Пролонговано

на 2019/2020 н.р. підпис (ПБ), «29» 08 2019 р., протокол № 1 

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

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

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	1-2	-
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

Головною метою курсу є ознайомлення з основними принципами побудови та розвитку сучасного інформаційного суспільства, управління ним (з використанням матеріалів українського та зарубіжного досвіду).

Завдання навчального курсу:

- проаналізувати причини появи інформаційного суспільства, чинники зростання його значущості в сучасних умовах;
- осмислити основні принципи та інструменти управління інформацією;
- дослідити наслідки втручання в інформаційні потоки, в тому числі технічного, технологічного та морального, етичного характеру;
- ознайомитися з тенденціями та перспективами управління інформацією в зарубіжних країнах.

3. Результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення дисципліни "Управління інформацією" студент повинен знати:

- 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 названого предмету в суспільних науках;
- правові та етичні основи управління інформацією.

Студент повинен **вміти**:

- 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

Тематичний план для денної форми навчання									
№ п / п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Семінарські	Практичні		Самостійна робота	Підсумковий контроль
Змістовий модуль І.									
Сучасне інформаційне суспільство: генеза, тенденції, основні риси управління.									
1	Інформаційне суспільство: становлення та сьогодення. Загрози в інформаційній сфері	10	4	2	2			6	
2	Зарубіжний досвід регулювання інформаційної сфери	10	4	2	2			6	
	Модульна контрольна робота № 1	2							2
	Разом	22	8	4	4			12	2
Змістовий модуль ІІ.									
Технології управління інформацією та діагностика цього процесу. Прямі методи управління інформацією та ЗМІ.									
3	Стратегія як спосіб управління інформацією	10	4	2		2		6	
4	Аналіз та відбір інформації для управління рекламними чи PR-процесами	10	4			4		6	
	Модульна контрольна робота № 2	2							2
	Разом	22	8	2		6		12	2
Змістовий модуль ІІІ.									
Маніпулятивні технології в різних сферах суспільства та способи протистояння									
5	Сучасні комунікації та маніпуляції в економіці, політиці, гуманітарній сферах та управління ними.	10	4	2		2		6	
6	Інформаційні війни: генезис та інноваційні способи застосування.	10	4		2	2		6	
	Модульна контрольна робота № 3	2							2

	<i>Разом</i>	22	8	2	2	4		12	2
Змістовий 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	38

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль I. СУЧАСНЕ ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО: ГЕНЕЗА, ТЕНДЕНЦІЇ, ОСНОВНІ РИСИ УПРАВЛІННЯ

Лекція 1. Інформаційне суспільство: становлення та сьогодення. Загрози в інформаційній сфері

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.

Семінарське заняття № 1 (2 год.)

Лекція 2. Зарубіжний досвід регулювання інформаційної сфери

Загальні аспекти зарубіжного досвіду регулювання інформаційної сфери. Інформаційна політика ООН. Американський досвід розвитку національної інформаційної інфраструктури. Канадський досвід побудови інформаційної магістралі. Інформаційна політика Європейського Союзу щодо формування інформаційного суспільства та управління ним.

Семінарське заняття № 2 (2 год.)

Модульний контроль № 1 (2 год.).

Змістовний модуль 2.

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

Лекція 3. Стратегія як засіб управління інформацією.

Прямі та опосередковані методи управління інформацією в ЗМІ. Прямі та опосередковані методи управління інформацією в ПР та рекламі. 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.

Практичне заняття № 1 (2 год.).

Аналіз та відбір інформації для управління рекламними чи ПР-процесами.

Аналіз як перший крок до управління інформацією.

Застосування ПР-стратегій для управління інформацією (створення передісторії події; показ розгорнутої картини події; організація реакції на подію; конструювання прямого та опосередкованого контенту події).

Два варіанти управління новинними потоками інформації: використання адміністративно-правових регуляторів; креативність. Етапи та форми використання креативного підходу.

Оптимізація змісту, форми та стилю матеріалів. Взаємодія ПР-спеціаліста (ПР-фірми) із засобами масової інформації як важливий інструмент управління інформпотоком.

Практичне заняття № 2,3 (4 год.).

Модульний контроль № 2 (2 год.).

Змістовний модуль 3.

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РІЗНИХ СФЕРАХ СУСПІЛЬСТВА ТА СПОСОБИ ПРОТИСТОЯННЯ

Лекція 4. Сучасні комунікації та маніпуляції в економіці, політиці, гуманітарній сферах та управління ними.

Загальні підходи до виробництва та смислового позиціювання новин для ЗМІ.

Етапи, логіка та механізми управління інформацією: формування власного інформпотоків; 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.

Практичне заняття № 4 (2 год.).

Інформаційні війни: генезис та інноваційні способи застосування.

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.

Характеристика понять «управління» та «маніпуляція» в інформаційній сфері, рекламній та ПР-діяльності. Міжнародна та українська практика економічних, провладних впливів, використання адміністративного ресурсу та боротьба з цими явищами.

Семінарське заняття № 3 (2 год.)

Практичне заняття № 5 (2 год.).

Модульний контроль № 3 (2 год.).

Змістовний модуль 4.

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ В КРИЗОВИХ УМОВАХ: УКРАЇНСЬКА ТА ЗАРУБІЖНА ПРАКТИКА

Чи можна ПР-спеціалісту (ПР-фірмі) підготуватися 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.

Семінарське заняття № 4 (4 год.).

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.

Семінарське заняття № 5 (2 год.).

Практичні заняття № 6,7 (4 год.)

Модульний контроль № 4 (2 год.)

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	Розрахунок: $279:60=4.6$ Студент набрав: 258 балів Оцінка: $258:4.6 = 56$ балів + бал за іспит в межах 40								

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

1. Сформувати 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 інформопотоку
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 притистояння 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 проекту проекту.

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 проектам, презентація проектів 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 іспита 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 Базова

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

2. Джеймс Лалл. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. – К.: «К.І.С.», 2002. – 264 с.

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

4. Коломиец В.Ф. Информациологическая эволюция и безопасность цивилизации. – Киев: А-Центр, 2005. – 184 с.

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

6. Мей Крістофер. Інформаційне суспільство. Скептичний погляд. – К.: «К.І.С.», 2004. – 220 с.

7. Міжнародна інформаційна безпека: сучасні виклики та загрози. – К.: Центр вільної преси, 2006. – 916 с.

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

9. Суспільство, ЗМІ, держава: вектори взаємодії: Матеріали Всеукраїнської наради керівників державних і комунальних засобів інформації. – К.: Державний комітет телебачення і радіомовлення України; НДІ засобів масової інформації, 2004. – 192 с.

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

Допоміжна

1. Батра Р., Майерс Джон, Дж., Аакер Д. Рекламный менеджмент. – М.-Санкт-Петербург, Киев: Изд-во «Вильямс», 1999. – 784 с.
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За загал. ред. В.Ф.Іванова. – К.: Академія Української преси, 2004. – 262 с.
3. Джефкінс Ф. Реклама: Практичний посібник/ Френк Джефкінс,; Доп. і ред. Деніела Ядіна; пер. з англ. О.О.Чистякова. - 4-те вид.. - К.: Знання, 2001. - 456 с.
4. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблік рилейшнз. Теория и практика: Учеб. пособие; пер. с англ. - 8-е изд. - М.: Вильямс, 2000. - 624 с.
5. Королько В.Г. Основы паблік рилейшнз. - М.: Рефл-бук; К.: Ваклер. - 2000. - 528 с.
6. Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / 3-тє вид., допов. і переробл. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 831 с.
7. Кочубей Л.О. PR у політичній сфері: Підручник. – К.: ІПіУНД ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2013. – 472 с.
8. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика: Монографія. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 368 с.
9. Міжнародний кодекс рекламної практики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/988_010.
- 10.Моисеев В.А. Паблік рилейшнз – средство социальной коммуникации (теория и практика). – К.: Дакор., 2002. – 506 с.
- 11.Пірен М.І. Основи політичної психології: Навчальний посібник. – К.: Міленіум, 2003. – 418 с.
- 12.Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2000. – 506 с. - (Вища освіта ХХІ століття).
- 13.Роль та місце засобів масової інформації у виборчому процесі /Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції (доповіді, виступи, рекомендації). – К., 2000. –133 с.
- 14.Рюмшина Л. И. Манипулятивные приемы в рекламе. – М.: издательский центр «Март», 2004. – 240 с.
15. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. - 2-ге вид., випр. і допов. - К.: Знання; КОО, 2004. - 373 с.
16. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учеб. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2006. – 552 с.

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 мані пуляції в кономіці, 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 б.застосування. 1+10	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			