

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О.Б. Жильцов
2020 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дослідження медіаринку. Інформаційно-комунікаційний менеджмент

для студентів

спеціальності: 061 Журналістика
освітнього рівня: першого (магістерського)
освітньої програми: 061.00.01 Журналістика

Київ - 2020

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА Ідентифікаційний код 02136554	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
Преп'я № <u>Р 530/20</u>	
<u>Жильцов</u> (підпис)	(прізвище, ініціали)
« »	20 <u>20</u> р.

Розробники:

Зражевська Ніна Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Викладачі:

Зражевська Ніна Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри журналістики та нових медіа.

Протокол від 9 вересня 2020 року № 1.

Завідувач кафедри журналістики та нових медіа



(В.О.Гандзюк)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми 061.00.01 «Журналістика»

_____ 2020 р.

Гарант освітньої програми



(М.С.Васьків)

Робочу програму перевірено

_____ 2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи)



(О.А. Росінська)

Пролонговано:

На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» 20__ р., протокол № _____
(підпис) (ПІБ)

На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» 20__ р., протокол № _____
(підпис) (ПІБ)

На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» 20__ р., протокол № _____
(підпис) (ПІБ)

На 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__» 20__ р., протокол № _____
(підпис) (ПІБ)

ЗМІСТ

1	ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2	МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	5
3	РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ	7
4	СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	8
5	ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	9
6	КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ	15
7	НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ	21
8	РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА	24
9	ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ	32

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

РНПД «Дослідження медіаринку. Інформаційно-комунікаційний менеджмент»

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	Заочна
«Дослідження медіаринку. Інформаційно-комунікаційний менеджмент»		
<i>Вид дисципліни</i>	Обов'язкова	
<i>Мова викладання, навчання та оцінювання</i>	Українська	
<i>Загальний обсяг кредитів/годин</i>	2кредити / 60 годин	
<i>Курс</i>	5	
<i>Семестр</i>	5	
<i>Кількість змістових модулів за розподілом</i>	1	
<i>Обсяг кредитів</i>	2	
<i>Обсяг годин, в тому числі:</i>	60	
<i>Аудиторні</i>	16	
<i>Модульний контроль</i>	4	
<i>Семестровий контроль</i>	10	
<i>Самостійна робота</i>	30	
<i>Форма семестрового контролю</i>	екзамен	

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Програма з навчальної дисципліни «Інформаційно-комунікаційний менеджмент» призначена для студентів, що навчаються у магістратурі. Мета навчальної дисципліни - комплексне освоєння студентами основних знань і навичок по організації інформаційно-аналітичної діяльності. Завдання навчальної дисципліни розглянути основні поняття, принципи, етапи та особливості інформаційно-аналітичної роботи; охарактеризувати сучасне інформаційне суспільство, проблеми захисту інформації та забезпечення інформаційної безпеки; підготувати студентів до написання інформаційних оглядів і аналітичних документів; розвинути у студентів навички участі та організації інформаційноаналітичної роботи.

Місце навчальної дисципліни в системі підготовки фахівця з інформації та комунікації, у зв'язку з іншими навчальними дисциплінами. Дисципліна спеціалізації «Дослідження медіаринку. Інформаційно-комунікаційний менеджмент» є практично-орієнтованою, покликаною ознайомити студентів з різними аспектами, методами та особливостями організаційної та аналітичної роботи при вирішенні реальних комунікативних завдань в галузі інформаційної діяльності. Навчальна дисципліна спирається на знання і навички, набуті студентами в процесі вивчення навчальних дисциплін “Комунікаційні технології”, “Теорія журналістики”, “Теорія мережевої комунікації” тощо.

Програмні результати навчання – формування професійних, моральних, національно-духовних якостей майбутніх журналістів, глибоке теоретичне і практичне опанування фахом.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Під час семінарських занять, індивідуальної та самостійної роботи передбачається набуття студентами **комплексу умінь і навичок**.

В результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні **знати:** понятійний апарат в області інформаційно-аналітичної роботи;

- методи роботи з джерелами інформації;
- види аналітичної діяльності;

вміти:

- оцінити якості отриманої інформації;
- формулювати завдання роботи з отриманою інформацією;
- проводити всі етапи інформаційної роботи;
- проводити самостійний аналіз для реалізації поставленої мети;
- застосовувати основи отриманих знань в поточній навчальній і професійній діяльності при аналізі і прогнозуванні досліджуваних процесів.

володіти:

- міждисциплінарним підходом при вирішенні проблем;
- здатністю до міжособистісних комунікацій;
- навичками формування позитивного іміджу та репутації;
- організації (персони) у цільових аудиторій;
- методиками здійснення інформаційно-комунікаційної підтримки; інноваційних заходів в організаціях і способами сприяння;
- підвищенням інноваційного потенціалу організацій.

Впродовж вивчення дисципліни мають бути досягнуті такі **результати навчання:**

- ЗК-1 Здатність до комплексно розв'язання проблем. Здатність до виокремлення проблеми, дослідження її, окреслення етапів для роботи у подальшому, уміння знаходити ідею, вибрати та оцінити її, спланувати вирішення, залучати людей до її вирішення та діяти

- ЗК-2. Здатність критично мислити. Здатність критично оцінювати отриману інформацію, використання логіки і раціональних міркувань, повнота аргументації для оцінки ситуації і правильності обраного шляху розв'язання завдань з урахуванням контексту. Здатність бути критичним і самокритичним.

- ЗК-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; вміти організувати роботу у різних організаціях

- ЗК-7. Здатність до формулювання суджень і ухвалення рішень. Спроможність орієнтуватися у різних поглядах на проблему та шляхи її вирішення, формувати власну думку; уміти формулювати завдання, аргументовано обирати оптимальні шляхи розв'язання, аналізувати й осмислювати отриманий результат, переконливо його представляти.

- ФК-1. Розуміти роль журналістики в суспільстві. Здатність розуміти особливості суспільних процесів; мати знання з правових та етичних засад журналістики; володіти процесами журналістської діяльності; визначати роль медіаструктур у формуванні сучасного комунікаційного простору, виявляти небезпеки певних комунікаційних впливів для особистості, соціальної групи, країни;

- ФК-7. Нести відповідальність за результати журналістської роботи (критична оцінка діяльності). Мати чітке уявлення про якість журналістського матеріалу; здатність до критичної оцінки власної роботи; здатність до сприйняття конструктивної критики власної роботи; здатність нести

відповідальність рішення прийняті в ході журналістської діяльності; здатність нести відповідальність за результат журналістської діяльності (медіавпливи).

- ФК-9. Виступати у ролі журналіста-підприємця (розуміти економічні основи професії, ринкові можливості тощо). Розуміти економічні умови, що лежать в основі професії; проявляти ініціативу (створювати власний конкурентний продукт); здатність до аналізу та прогнозування медіаринку; знати практичні аспекти економічної діяльності журналіста (робота фрілансером).

- ПРН-5 В умовах виробничої діяльності різновимірно бачити й аналізувати текст і медійний продукт, оцінювати їх з використанням соціокультурних, етнологічних та етнопсихологічних критеріїв;

- ПРН-8 Здійснювати професійну діяльність в межах існуючого медіа законодавства;

- ПРН-9 В умовах виробничої діяльності на основі розуміння соціальної дійсності та управлінської діяльності, знань форм та механізмів управління різноманітними явищами та процесами уміти знаходити оптимальні рішення у процесі виробництва медійного продукту;

- ПРН-10 Використовуючи знання та ефективно діяти на всіх етапах проектування, організації і створення журналістських матеріалів та наукових розробок.

- ПРН-16 На основі здобутих знань вміти аналізувати різні види медійних продуктів, фігурувати в консультативній, експертній та інших ролях.

Дисципліна «Дослідження медіаринку. Інформаційно-комунікаційний менеджмент»

(2 кредити; 60 год.) вивчається студентами 5 курсу протягом 9 навчального семестру. Аудиторна робота становить 23 % від загального обсягу курсу, проводиться у вигляді лекцій (8 год.) і семінарських занять (8 год.). Для самостійної роботи студентів у навчальному плані виділяється 30 год., 4 год. – модульні контрольні роботи, 10 год. – семестровий контроль. Вивчення студентами навчальної дисципліни завершується підсумковим контролем – іспитом.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план для денної форми навчання

№ п/ п	Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					Самостійна
			Аудиторні					
			Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Модульні	
Змістовий модуль I								
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ								
1.	Тема 1. Сучасний стан комунікативних взаємодій в Україні	14	2		2			10
2.	Комунікаційний менеджмент в процесі виборчих перегонів	14	2		2			10
	<i>Модульна контрольна робота</i>	2						
	<i>Усього за модуль</i>	30	4		4			20
Змістовий модуль II								
ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК ІНСТИТУТУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА								
3.	Формування засобів протистояння в інформаційній війні в Україні	9	2		2			5
4.	Інструменти комунікації та їхній вплив на різні суспільно-політичні процеси.	9	2		2			5
	<i>Модульна контрольна робота</i>	2						
	<i>Усього за модуль</i>	20	4		4			10
	<i>Підготовка до семестрового контролю</i>	10						
	Разом	60	8		8			30

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Денна форма навчання

Змістовий модуль I

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАРИНКУ. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ МОДУЛЬ 1. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ

Лекція 1. Сучасний стан комунікативних взаємодій в Україні (2 год.).

Збільшення соціально-громадянських практик в мережі Інтернет. Проблеми керування виборчими процесами. Найефективніше переваги соціальних мереж у виборах 2019 року використали «Слуга народу».

Деструктивні прояви електоральної комунікації. Дезінформаційні технології
Формування засобів протистояння в інформаційній війні в Україні

Семінарське заняття 1. Комунікаційний простір України. (2 год.).

Джерела. *Основні.* 1, 5, 7, 9, 10, *Додаткові.* 7, 39, 53, 54.

Лекція 2. Комунікаційний менеджмент в процесі виборчих перегонів (2 год.)

Збільшення соціально-громадянських практик в мережі Інтернет. Проблеми керування виборчими процесами. Найефективніше переваги соціальних мереж у виборах 2019 року використали «Слуга народу». Деструктивні прояви електоральної комунікації. Дезінформаційні технології. Формування засобів протистояння в інформаційній війні в Україні

Семінарське заняття 2. Соціальні практики у виборчому процесі (2 год.)

Джерела.

Основні. 1, 5, 9, 10 *Додаткові* 2, 6, 7, 8, 10, 43, 54.

МОДУЛЬ 2. ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК ІНСТИТУТУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Лекція 3. Формування засобів протистояння в інформаційній війні в Україні (2 год.)

Формування і розвиток інституту громадянського суспільства в Україні. Національна стратегія сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016-2020 роки. Проведення інформаційних кампаній.

Семінарське заняття 3. Інститути громадянського суспільства в протистоянні інформаційній війні.

Джерела.

Основні 1, 2, 4, 6, 8, 10. *Додаткові* 12, 25, 54, 56.

Лекція 4. Інструменти масової комунікації та їхній вплив на різні суспільно-політичні процеси. (2 год.)

Трансформація державних українських медіа. Комітет з питань гуманітарної та інформаційної політики. Поява нових медіа- формування нової медіакультури. webтехнології, хмарні обчислення, big data, смартфони, інтернет «розумних речей», штучні інтелекти.

Семінарське заняття 4. Політична культура і комунікація.

Джерела: *основні* Основні. 1, 5, 7, 9, 10, *додаткові*. 34, 36, 45, 46, 48, 54, 58.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «**ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАРИНКУ. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип коопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види контролю й принципи їх оцінювання. Систему переведення рейтингових балів у національну та європейську (ECTS) шкалу подано у таблицях.

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студента

Денна форма навчання

№	Вид діяльності	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
			Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
1.	Відвідування лекцій	1	2	2	2	2
2.	Відвідування практичних занять	1	2	2	2	2
3.	Робота на практичному занятті	10	2	20	2	20
4.	Виконання завдання з самостійної роботи	5	2	10	2	10
5.	Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом			-	59	-	59
Максимальна кількість балів			118			
Розрахунок коефіцієнта			60/118=0,51			

6.2. Завдання для самостійної роботи

Денна форма навчання

Змістовий модуль I

ДОСЛІДЖЕННЯ

МЕДІАРИНКУ.

ІНФОРМАЦІЙНО-

КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

МОДУЛЬ 1. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ

Тема 1. Сучасний стан комунікативних взаємодій в Україні. 10

Описати основні функції Національної суспільної телерадіокомпанії України (НСТУ).

Тема 2. Комунікаційний менеджмент в процесі виборчих перегонів (10 год.)

Написати есе (600 слів) на тему «Комунікаційний менеджмент в системі виборчих перегонів».

МОДУЛЬ 2. ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК ІНСТИТУТУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Тема 3. Формування засобів протистояння в інформаційній війні в Україні (5 год.)

Представити презентацію на тему «Гуманітарні війни».

Тема 4. Інструменти комунікації та їхній вплив на різні суспільно-політичні процеси (5 год.)

Проаналізувати різновиди політичних шоу на українському телебаченні.

Критерії оцінювання самостійних робіт:

- Аналітичність.
- Висловлення власної думки.
- Творчий підхід до виконання.
- Відсутність плагіату.
- Посилання на використані джерела.
-

Завдання на модульну контрольну роботу. Модульна контрольна робота відбудеться у вигляді тестів. На модульну роботу пропонується 25 тестів. Кожен тест оцінюється в 1 бал.

Приклад тестових питань.

Згідно з висновками соціологів, основними чинниками зростання недовіри до традиційних медіа стало –

- А. - Збільшення суперечливої інформації, наявність у громадян негативного досвіду неправдивих новин в минулому, необ'єктивність подачі інформації та відверта заангажованість журналістів.
- Б. – Збільшення масиву інформації про різні події, наявність Інтернету і соціальних мереж, необ'єктивність подачі інформації та наявність фреймінгу.
- В. - Збільшення суперечливої інформації, негативне ставлення до політиків та їх обіцянок, наявність Інтернету і соціальних мереж і наявність фреймінгу.

Мікротаргетинг

А -Метод розумового спрощення і настирливого повтору, що ведуть до емоційного нагнітання.

Б -Метод пропаганди, коли політики використовують піар-технології для досягнення мети.

В - Метод політичної агітації, політичний вид директ-маркетингу, коли політики створюють та використовують бази даних виборців заради персоналізованої агітації.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи – максимум 25 балів за кожен модульну роботу.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю з дисципліни «Комунікаційні технології»

Практичні питання:

1. Схарактеризуйте сучасний стан комунікативних взаємодій
2. Які ви знаєте позитивні тенденції комунікаційного простору України?
3. Опишіть інформаційно-комунікаційний інструментарій сучасного електорального процесу.
4. Проілюструйте підконтрольність ЗМІ різними політичними силами.
5. Які завдання стоять перед Національною суспільною телерадіокомпанією України (НСТУ).
6. Чому існує недовіра громадян до ЗМІ в сучасній Україні і як вона проявляється?
7. Яким чином використовуються соціальні мережі eMap та eCast, Elect.pro Basic Group у побудові передвиборчої стратегії?
8. Доведіть збільшення соціально-громадянських практик в мережі Інтернет.
9. Які ви знаєте деструктивні прояви електоральної комунікації?
10. Як відбувається формування засобів протистояння в інформаційній війні в Україні?
11. У чому полягає формування і розвиток інституту громадянського суспільства в Україні?
12. Які ви знаєте інструменти соціальних комунікацій і як вони на ті чи інші суспільно-політичні процеси.
13. Опишіть основні положення Національної стратегії сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016-2020 роки.
14. Як відбувається проведення інформаційних кампаній?
15. В чому полягає політична культура в контексті масових комунікацій?
16. Яка роль медіа в суспільній комунікації?

17. У чому полягає вплив нових медіа на комунікаційний менеджмент?
18. Як впливає медіаосвіта на інформаційний менеджмент?
19. Які ви знаєте ознаки масової комунікації як чинника інформаційної демократії?
20. Дайте характеристику постматеріалістичної концепції сучасного суспільства.

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. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ

Денна форма навчання

Разом 60 год., лекції - 8 год., практичні заняття - 8 год., самостійна робота - 30 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII
Модулі	Змістовий модуль II						
Назва модуля	Інформаційно-комунікаційний інструментарій						
Лекції	1	2	3	4	5	6	7
Теми семінарських занять	Сучасний стан комунікативних взаємодій в Україні (2 год.).	Комунікаційний менеджмент в процесі виборчих перегонів (2 год.)			Формування засобів протистояння в інформаційній війні в Україні	Інструменти масової комунікації та їхній вплив на різні суспільно-політичні процеси. (2 год.)	
Самостійна робота	5 балів	5 балів			Інститути громадянського суспільства в протистоянні інформаційній війні. 10+1 б. 10+1 б.	Політична культура і комунікація. 10+1 б.	5 балів

ІНДЗ									
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)								Модульна контрольна робота 2 (25 балів)
Підсумковий контроль	Іспит								

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні (базові):

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз / В. М. Бебик. – Київ : МАУП, 2005. – 440 с.
2. Грачев Г., Мельник И. Манипулирование личностью, Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. – М., 2002. - 284 с.
3. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.
4. Партико З. В. Теорія масової інформації та комунікації: навч. посібник. – Львів: Афіша, 2008.
5. Патрушев В. И. Введение в теорию социальных технологий. – М., 1998.- 365 с.
6. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. – 3-тє вид., випр. і. доп. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2006. – 327 с.
7. Почепцов Г. Коммуникативные технологии XX века. – М. Ваклер. 2001. – 352 с.
8. Почепцов Г. Семиотика. – М. Ваклер. 2001. – 419 с.
9. Почепцов Г. Теория коммуникации. - К.: Ваклер. - 2001. - 432 с.
10. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник / О. М. Холод. Львів: ПАІС, 2012. – 300 с.

Додаткові:

1. Айзексон В. Інноватори: як група хакерів, геніїв та гиків здійснила цифрову революцію: монографія / В. Айзексон. – Київ, 2017. – 488 с.
2. Бебик В. М., Науменко О. С. Навчальна програма дисципліни «Інформаційно-комунікаційний менеджмент» (для спеціалістів, магістрів) / В. М. Науменко, В. М. Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 16 с.
3. Білан Н. Б. Особливості Інтернет-комунікації / Н. Б. Білан // Наукові записки Інституту журналістики. – 2015. – Т. 59. – С. 51–54.
4. Борисов Б. Л. Реклама и публік рилейшнз. Алхимия власти / Б. Л. Борисов. – М., 1998.

5. Візуалізація даних. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу https://uk.wikipedia.org/wiki/Візуалізація_інформації
6. Візуалізація навчальної інформації. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу
: <http://texty.org.ua/pg/chapter/newsmaker/read/40161/43250> Встигніть у цьому році: розкішні лонгриди 2016-го // Media Sapiens. – [Електронний Ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/vstignit_u_tsomu_rotsi_rozkishni_longridi_2016go/
7. Галіч Т. О. Соціальні Інтернет-мережі та віртуалізація суспільного життя / Т. О. Галіч // Соціологія майбутнього: науковий журнал з проблем соціології молоді та студентства. – 2010. – Вип. 1. – С. 145–152.
8. Галустян А. Мультимедійні лонгриди як новий формат онлайн-журналістики / А. Галустян // Как новые медиа изменили журналистику. 2013–2016. – Екатеринбург, 2016. – 304 с.
9. Гарматюк О. О. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій / О. О. Гарматюк. – Тернопіль: ТНТУ, 2012.
10. Городенко Л. М. Деструктивні (інмутаційні) процеси у мережевій комунікації. / Л. М. Городенко // Наукові записки інституту журналістики. Т. 54. – 2014. – С. 175–179.
11. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі ієрархія інформаційного простору / З. В. Григорова // Технологія і техніка друкарства. – 2017. – № 3. – С. 93 – 100.
12. Деніс Мак-Квейл. Теорія масової комунікації. – Львів. Літопис, 2010. – 538 с.
13. Дубас О. П. Інформаційно-комунікаційний простір: культурнополітичні детермінанти : монографія / О. П. Дубас. – К. : Генеза, 2011. 256 с.
14. Задом наперед, або Їжачки і кактуси. – [Електронний ресурс] // Телекритика. – Режим доступу: <http://www.osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/2514>
15. Зражевська Н. І. Розуміння медіакультури: комунікація, постмодерн, ідентичність, ідеології, медіаконтроль. - Черкаси, 2012.- 408 с.
16. Зражевська Н. Комунікативні технології: Курс лекцій. Н. Зражевська. – Черкаси, 2010. – 224 с.
17. Інформаційно-комунікаційний менеджмент : методичні вказівки, завдання, вправи для семінарських, практичних занять і самостійної роботи та тести з дисципліни. – Львів, 2015. – 50 с.

18. Как сделать ваши истории лучше. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lifehacker.ru/2012/12/25/kak-sdelat-vashi-istorii-luchshe/>.
19. Карпа І. Б. Мова та Інтернет: функціональні характеристики та ефективність інтерактивної комунікації / І. Б. Карпа // Мова і культура. – 2009. – Вип. 11. – Т. VII (119). – С. 192 – 200.
20. Картунов О. Інформаційне суспільство: аналіз політичних аспектів зарубіжних концепцій: монографія / О. В. Картунов, О. О. Маруховський. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2012. – 344 с.
21. Кихтан В. В. Информационные технологии в журналистике / В. В. Кихтан. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. – 160 с.
22. Кіпатрік Д. Ефект Facebook. Внутрішня історія компанії, що об'єднує світ: монографія / Д. Кіпатрік. – Київ: Темпора, 2013. – 482 с.
23. Клінкова Т. Місце мутаційних та інмутаційних процесів в політиці як моделі соціальної комунікації / Т. Клінкова // Теорія інмутації суспільства: pro et contra. – К.: КиМУ, 2011. – С. 98–106.
24. Клінкова Т. О. «Розповідь про потворного карлика» як засіб негативізації українських політиків у ЗМІ / Т. О. Клінкова // Масмедійна інмутація суспільства: монографія / Клінкова Т., О. Козаченко, В. В., Кравченко Н. О. – Кривий Ріг–Запоріжжя, 2009. – С. 7–68.
25. Коваленко О. М., Вінічук І. М., Заєць Н. М. Інформаційні технології як системоутворюючий чинник розвитку інформаційного суспільства // Економіка і менеджмент культури. – К., 2016. – № 2. – С. 38–47. 16
26. Колісник О. М. Інтернет-журналістика у світлі медіа-досліджень / О. М. Колісник // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2010. – № 21. – С. 122 – 124.
27. Литвин В. В. Візуалізація як спосіб розуміння даних / В. В. Литвин // Focus. – Львів, 2015. – С. 68–69.
28. Лісовський М. П. Феномен Інтернету як засіб маніпуляції свідомістю в українському сучасному соціумі. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/natural/vkpi/fpp/2005-3-1/04_Lisovskii.pdf
29. Лобовікова О. О. Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства / О. О. Лобікова // Вісник Львівського університету. – Львів, 2011. – Вип. 5. – С. 154–160.
30. Матвієнко В. Я. Соціальні технології. – К., 2001. – 446 с.
31. Медіаграмотність – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Медіаграмотність>.

32. Методична платформа викладачів кафедри журналістики, видавничої справи та редагування КДПУ ім. В. Винниченка // [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://nashmetod.blogspot.com/2017/03/webpublishing.html>.
33. Моделі комунікативної особистості. – [Електронний ресурс] Режим доступу: https://studme.com.ua/11060106/menedzhment/modeli_kommunikativnoy_lichnosti.htm.
34. Моніторинг політичної пропаганди та маніпулятивних технологій у випусках щотижневих підсумкових інформаційно-політичних програм та політичних ток-шоу [Електронний ресурс] // Телекритика. – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/media-continent/monitoring/politprogram/>
35. Нестеренко О. А. Поняттєві сфери термінів для номінації нових медіа форматів / О. А. Нестеренко // Держава та регіони. – Серія: Соціальні комунікації. – № 4(28). – 2016. – С. 80–86.
36. Новітні інформаційно-комунікаційні технології в модернізації публічного управління: зарубіжний і вітчизняний досвід: матеріали наук. - 169 практик. семінару, 19 квітня 2013 р., м. Дніпропетровськ / ред. кол. : В. М. Дрешпак (голов.ред.). – Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2013. – 104 с.
37. Організація роботи прес-служби. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/18324/marketing/pres_sluzhba
38. Основи інформаційно-аналітичного забезпечення зовнішньої політики європейських держав: метод. рекомендації для студентів спеціальності 8.03020401 «Міжнародна інформація» / уклад.: В. В. Гулай, В. Є. Максимець, Г. Ю. Родик, І. М. Червінка. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2015. – 68 с.
39. Островська Н. В. Прикладні соціально-комунікативні технології. навч. посіб. / Н. В. Островська. – Запоріжжя, 2017. – 110 с.
40. Островська Н. В. Різновиди технологій інмутації в суспільнополітичних ток-шоу на українському телебаченні: конспект лекцій / Н. В. Островська. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/984/1/Ostrovaska_Types_inmutation_tech_nologies.pdf
41. Пабліситі (пропаганда), її переваги та недоліки. Види пабліситі. Етапи процесу управління пабліситі. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nebotan.info/sale/propaganda.php>
42. Павлюх М. В. Соціально-політична комунікація в сучасних польських медіа : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. ком. :

- спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / М. В. Павлюх. – Львів, 2016. – 20 с.
43. Павлюх М. Прикладні соціально-комунікативні технології.- Львів. 2019.- С. 136-150.
44. Пінченко Н. Міжнародна Інтернет-комунікація: політологічний аналіз / Н. Пінченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2014. – Вип. 121. – С. 69–79.
45. Пінченко Н. О. Цифрова дипломатія як інструмент зовнішньополітичної діяльності США / Н. О. Пінченко // Міжнародні відносини. – Серія «Політичні науки». – № 5. – 2015.
46. Пінченко Н. Соціальні медіа у структурі зовнішньої політики провідних міжнародних акторів: монографія / Н. Пінченко. – Київ, 2014. – 334 с.
47. Половинчак Ю. Мобілізаційний та маніпулятивний потенціал дискурсу соціальних медіа в умовах перехідного суспільства. Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nbuviar.gov.ua>
48. Почепцов Г. Г. Информация и дезинформация / Г. Г. Почепцов. К., 2001.
49. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г. Г. Почепцов. – М., 1998.
50. Почепцов Г. Маніпулятивний потенціал політичних ток-шоу / Г. Почепцов. – [Електронний ресурс] // Телекритика. – 2011. – 04. – 08. Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/2124>
51. Прес-секретар. – [Електронний ресурс – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
52. Реклама: поняття. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Реклама>
53. Рибак І. Інформаційно-маніпулятивні технології. Політологія: навчальний енциклопедичний словник довідник для студентів ВНЗ I–IV рівнів акредитації / [В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]. – Львів : Новий Світ–2000, 2014. – С. 227.
54. Родик Г. Ю. Комунікативні основи менеджменту етнополітичного конфлікту: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук: спец. 23.00.05 «Етнополітологія та етнодержавознавство» / Г. Ю. Родик. – К., 2014. – 19 с.
55. Різун В. В. До питання про соціально-комунікаційні наукові проблеми і про наукові проблеми взагалі [Електронний ресурс] / В. В. Різун // Актуальні дослідження українських наукових шкіл у галузі соціальних

- комунікацій : мат-ли всеукр. наук.-практ. конф. [наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова]. – К.: Інститут журналістики, 2013. – С. 8–25.
56. Різун В. В. Зауваги до основних термінів масової комунікації [Електронний ресурс] / В. В. Різун // Вісн. Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика. – Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. – №21. – С. 14–17.
57. Різун В. В. Зі статті «Соціально-комунікаційний підхід у науці та галузі соціальної інженерії». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: journalib.univ.kiev.ua/Socialniy_pidhid.pdf
58. Симоненко О. В. Роль ЗМІ в організації процесу комунікації Президента та громадськості / О. В. Симоненко // Місце і роль бібліотеки у формуванні національного інформаційного простору: мат-ли Міжн. наук. конф. (Київ, 21–23.10.2014 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України, Рада дир. б-к та інформ. центрів-членів МААН. – К., 2014. – С. 411–413.
59. Синоруб Г. П. Поняття конфліктного наповнення діяльності масмедіа в теорії соціальних комунікацій (контекст формування поведінки аудиторії) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. ком. : спец. 27.00.01 «Теорія та історія соціальних комунікацій». Київ, 2009. 16 с.
60. Скоробагатько А. В. Цифровая дипломатия как инструмент внешней политики государства / А. В. Скоробагатько. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://int-konf.org/ru/konf082013/482-1-dubrovn-v-o-1-teslyuk-v-v-1-onischenko.html>.
61. Слободян В. Особливості комунікації в Інтернеті / В. Слободян // Наукові записки. Серія «Культурологія». – 2013. – Вип. 12. – С. 259 – 266.
62. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / [за заг. ред. Ю. М. Бідзілі]. – Ужгород: ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. – 224 с.
63. Соціальні мережі як соціальні медіа. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://prezi.com/q_9_bsuwfgwh/presentation/.
64. Стрельбіцька Л. Інтернет як полігон розвитку природної мови / Л. Стрельбіцька // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2005. – № 538. – С. 33 – 38.
65. Сумская А. С. Синтез лондинга и лендинга – новый формат интерактивного повествования / А. С. Сумская // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия. – Екатеринбург, 2016. – С. 130–134.

66. Теорія та практика комунікації: навчальний посібник / Н. М. Білас, В. В. Гулай, А. Я. Добрянський, У. В. Ільницька, Ю. О. Лунь, Р. Я. Пасічний. Львів, 2006. – 112 с.
67. Удовик С. Глобализация. Семиотические подходы. К. Ваклер. 2002. – 461 с.
68. Холод О. Комунікаційні технології. Підручник. – К. КиМУ, 2012. – 147 С.
69. Холод О. Інмутація масової комунікації та фахова інмутація журналістів / О. Холод. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.symposium2016.hol.es/gallery/holod%20olexandr.pdf>
70. Холод О. Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості: у 3 т. Т. 1 : Теорія інмутації суспільства : монографія / Олександр Холод – К. : КиМУ, 2010. – 213 с.
71. Холод О. Комунікаційні технології (у теорії інмутації) / О. Холод. К. КиМУ, 2010. – 147 с.
72. Холод О. М. Диференціація соціально-комунікаційних технологій [Електронний ресурс] / О. М. Холод // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т. 24 (63). – №4. – Ч. I. – С. 105–110. – Режим доступу: science.crimea.edu/zapiski/2011/filologiya/uch24_41fn/018.pdf
73. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник / О. М. Холод. Львів: ПАІС, 2012. – 300 с.
74. Холод О. М. Соціальні комунікації як поняття в науковій галузі [Електронний ресурс] / О. М. Холод // Психолінгвістика. – 2003. – Вип. 12. С. 286–293. – Режим доступу: irbisnbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?DOWNLOAD...PDF/...pdf.
75. Холод О. Маніпуляція суспільством: мутація й інмутація як концепції соціально-комунікаційних технологій / О. Холод // Освіта регіону. № 2. – 2010.
76. Холод О. Масовий характер інмутації суспільства // Теорія інмутації суспільства: pro et contra / за ред. О. Холода. – К. : КиМУ, 2011. С. 5–78.
77. Чекмишев О. В. Роль і місце медіа моніторингу у формуванні методології досліджень соціальних комунікацій на прикладі новітніх європейських студій [Електронний ресурс] / О. В. Чекмишев, О. Я. Шкоба // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2013. – Т. 50. – С. 221–227. Режим доступу: nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_50_45

- 78.Чемеркін С. Г. Мова Інтернет-комунікації / С. Г. Чемеркін // Українська мова: Енциклопедія. – Київ: Укр. енциклопедія, 2007. – С. 365–366.
- 79.Що таке бренд та брендінг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ideadigital.agency/ua/blog/chto-takoe-brend/>
- 80.Яремчук Л. В. Соціальна комунікація: становлення термінологічних засад галузі [Електронний ресурс] / Л. В. Яремчук // Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства: мат-ли п'ятої міжн. наук.-практ. конф., 11–12.09.2013 р. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2013. – С. 599–603. – Режим доступу: .
- 81.Berger A. A. Media Analysis Techniques / A. A. Berger. – London: Sage, 1991.
- 82.DeFleur M. The Theories of Mass Communication / M. DeFleur. – N.Y.: David McKay, 1966.
- 83.Donath J. 1999. Identity and Deception in the Virtual Community. In Communities in cyberspace, edited by M. A. Smith and P. Kollock. London; New York: Routledge. Suler [Електронний ресурс]. <http://media.mit.edu/people/Judith/Identity/IdentityDeception.html>.
[http://smg.ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/21376/1/62-599-603.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/21376/1/62-599-603.pdf)
- 84.Habermas J. Communication and the Evolution of Society / J. Habermas. – Boston: Beacon Press, 1979.
- 85.SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: навч. посіб. / [за ред. Л. В. Балабанової]. – К.: Знання, 2005. – 2-ге вид., випр. і доп. – 301 с.

9. ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ

Корисні відео і посилання:

Комунікаційні технології: Як впливати на свідомість аудиторії.

<https://www.youtube.com/watch?v=pmNIJFYaClg>.

Они манипулируют тобой — фильм-эксперимент Никиты Непряхина

https://www.youtube.com/watch?v=30_3UVNu7pk&list=PLPR0ttgEgvH-VnoTzsBmPmkGjTBJEoIha&index=27.

Почепцов Г. От пропаганды к конспирологии: как и кто конструирует миры в наших головах. Часть первая.

[https://rezonans.kz/ot-propagandy-k-konspirologii-](https://rezonans.kz/ot-propagandy-k-konspirologii-1/?fbclid=iwar14hffwkgy8ny0hw8s8sljx9cnyk7krpyzbxq2knkbucavhsa37qa7qxbm)

[1/?fbclid=iwar14hffwkgy8ny0hw8s8sljx9cnyk7krpyzbxq2knkbucavhsa37qa7qxbm](https://rezonans.kz/ot-propagandy-k-konspirologii-1/?fbclid=iwar14hffwkgy8ny0hw8s8sljx9cnyk7krpyzbxq2knkbucavhsa37qa7qxbm)

Почепцов Г. Дискурсивные победы: новый тип войны лежит в управлении общественным дискурсом. https://psyfactor.org/psyops/diskursivniy-tip-voyni.htm?fbclid=IwAR0v_hdT6Kj22ofEaV7RRcHy2JQEIrpDZssTLXdXYggGWcZ-DkXrqW8Ny5c.

Почепцов Г. ОНТОЛОГИЧЕСКАЯ ВОЙНА: КТО И КАК ВОЗДЕЙСТВУЕТ НА НАШ РАЗУМ. <https://rezonans.kz/ontologicheskaya-voyna-chast-1/?fbclid=IwAR0BXZBGFEEzSGo5E3TJ873Motmseh8rqK7YvMpXCBSvMHbl3wSvvEPIQ>.

Кінофільм «День радио» (2008)

Кінофільм «Шоу Трумана» (The Truman Show) (1998).

Кінофільм Brexit: The Uncivil War (2019)