

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

2023 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Управління інформацією

для студентів

спеціальності	<i>061 «Журналістика»</i>
рівня вищої освіти	<i>другого (магістерського)</i>
освітньої програми	<i>061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»</i>

Київ - 2023

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 0357/23
Григорук
(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 2023 р.

Розробник:

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

Викладач:

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

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

Протокол від 23 серпня 2023 року, № 1.

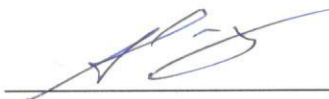
Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю



Л.М.Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми 23 серпня 2023 року.

Гарант освітньо-професійної програми



І.Ю.Афанасьєв

Робочу програму перевірено

_____ 2023 р.

Заступник декана Факультету журналістики з науково-методичної та навчальної роботи



В.Є.Сошинська

Пролонговано

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

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

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

на 20 __/20__ н.р. підпис (ПШБ), «__» __ 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	-	-
Самостійна робота	80	-
Форма семестрового контролю	залік	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни є вивчення основних принципів побудови та розвитку сучасного інформаційного суспільства, різноманітних технологій управління ним (з використанням матеріалів українського та зарубіжного досвіду), в тому числі під час надзвичайних ситуацій, криз, воєн та воєнних конфліктів.

Завдання:

- *розвивати загальні компетентності* такі, як:
 - ЗК01 Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
 - ЗК02 Здатність планувати час та управляти ним.
 - ЗК05 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- *розвивати фахові компетентності:*
 - СК02 Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми.
 - СК06 Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики, в рекламі та зв'язках із громадськістю, в широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

Фахові компетентності формуються на базі Центру сучасних комунікацій

3. Результати навчання за дисципліною

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

РН01 Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, реклами та зв'язків із громадськістю, включно з діяльністю в умовах багатокритеріальності, неповних чи суперечливих інформації та вимог.

РН06 Оцінювати достовірність інформації та надійність джерел, ефективно опрацьовувати та використовувати інформацію для проведення наукових досліджень та практичної діяльності.

РН11 Брати продуктивну участь у розробленні проєктів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство.

У результаті вивчення дисципліни «Управління інформацією» здобувач вищої освіти 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 в окресленій галузі;
- основні технології, способи управління інформацією, практику боротьби з маніпуляціями та дезінформацією в умовах війни з РФ;
- правові та етичні основи управління інформацією.

Здобувач 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

№	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Семінарські	Практичні	Самостійна робота	МК	Підсумк
Модуль I.									
Сучасне інформаційне суспільство: генеза, тенденції, основні риси управління									
1	Основні риси інформаційного суспільства та комунікаційного менеджменту	14	4	2	2		10		
2	Стратегія як спосіб управління інформацією	14	4	2	2		10		
	Модульна контрольна робота № 1	2						2	
	Разом	30	8	4	4		20	2	
Модуль II.									
Технології управління інформацією та діагностика ефективності цього процесу									
3	«Прямі» методи управління інформацією	14	4	2	2		10		
4	Технології «непрямих» методів управління інформацією	14	8	2	2	4	6		
	Модульна контрольна робота № 2	2						2	
	Разом	30	12	4	4	4	16	2	
Модуль III.									
Практика управління інформацією в різних сферах життя суспільства									
5	Технології управління інформацією в державно-політичній, економічній, гуманітарній сфері та шоу-бізнесі	28	6			6	22		
	Модульна контрольна робота № 3	2						2	
	Разом	30	6			6	22	2	
Модуль IV									
Управління інформацією в умовах надзвичайних подій, криз, воєн та воєнних конфліктів. Фейки та фактчекінг									
6	Робота фахівця з реклами і PR у кризових умовах (українська та зарубіжна практика), інформаційна війна з РФ. Фактчекінг	28	6			6	22		
	Модульна контрольна робота № 4	2						2	
	Разом	30	6			6	22	2	
	Всього	120	32	8	8	16	80	8	

5. Програма навчальної дисципліни

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

Тема 1. Основні риси інформаційного суспільства та комунікаційного менеджменту

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

Неможливість використання у сучасних умовах старих моделей управління інформаційним простором.

Ефективна інформаційна інфраструктура як запорука успішного розвитку сучасних держав. Продукування, аналіз, управління, захист та знищення інформації.

Інформаційна політика – важлива складова функціонування держави і суспільства. Відкритість влади. Політико-правові та організаційно-технічні проблеми управління інформацією в Україні, в тому числі, - у зв'язку з агресією РФ. Перспективи відкритості та електронного урядування.

Інформаційне забезпечення процесу прийняття важливих рішень – в державній чи 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.

Тема 2. Стратегія як спосіб управління інформацією

Інформаційні стратегії в різних сферах життєдіяльності. Основні типи, види, прояви стратегій. Стратегії роботи з минулим, сучасним, майбутнім. Стратегії мобілізуючі, легітимізуючі, фіксуючі, «м'яка сила».

Стратегія як методологія роботи з невідомим.

Вибір каналів комунікації для управління різними сферами життя суспільства. Зростання практичної ролі Інтернету, соціальних мереж, а також початок застосування штучного інтелекту в сучасних умовах (в тому числі – в рекламі та ПР).

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

Модуль 2. ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ ТА ДІАГНОСТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЦЬОГО ПРОЦЕСУ

Тема 3. «Прямі» методи управління інформацією

Варіанти управління інформацією (особливо – новинами). Перший варіант - використання адміністративного ресурсу, адміністративно-правових регуляторів. Другий варіант – креативний, заснований на управлінні інформацією як такою.

Досвід державного управління інформацією (США в період великої депресії, 30-ті роки ХХ ст., Західна Німеччина та Японія після Другої світової війни, СРСР, сучасний Китай).

Пропагандистські дії в ХХ-ХХІ столітті. «Прямі» методи управління інформацією та комунікативні складові психологічної/інформаційної війни. Інформаційна асиметрія як технологія.

Інформаційна війна з РФ у контексті «прямих» методів управління інформацією, гібридна війна як нова українська та світова реальність. Практика інформаційної відсічі української держави та українського громадянського суспільства.

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. Поняття інформаційної війни. Інформаційна війна з Росією. Роль громадянського суспільства у сфері кібербезпеки.

Тема 4. Технології «непрямих» методів управління інформацією

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

Найпоширеніші прийоми маніпуляції, в тому числі практика їх застосування проти України російською федерацією. 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. ПРАКТИКА УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ В РІЗНИХ СФЕРАХ ЖИТТЯ СУСПІЛЬСТВА

Тема 5. Технології управління інформацією в державно-політичній, економічній, гуманітарній сферах, шоу-бізнесі

Основні технології управління інформацією в державно-політичній сфері: історія і сучасність. Практика їх застосування, як у повсякденному житті, так і їх активізація під час виборчих кампаній, суспільно-політичних загострень. Реалії української практики, дії державних органів та органів місцевого самоврядування, позитивні та негативні приклади співпраці з громадянським суспільством.

Застосування технологій управління інформацією в сфері економіки, інвестиційної, банківської діяльності, практика інформаційної діяльності відомих брендів, торгових марок, наявність та функціонування в їх структурі потужних підрозділів промоції, постійної підтримки, зміцнення іміджу в очах споживачів, клієнтів, ЗМІ, а також громадян.

Специфіка інформаційної діяльності у соціальній, гуманітарній сфері, шоу-бізнесі, а також середовищі громадянського суспільства, зокрема – волонтерських організацій. Практика поширення інформації театрами, музеями, цирками, закладами освіти, соціального захисту. Реалії використання зірок шоу-бізнесу у політичній практиці.

МОДУЛЬ 4. УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ В УМОВАХ НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ, КРИЗ, ВОЄН ТА ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ. ФЕЙКИ ТА ФАКТЧЕКІНГ

Тема 6. Робота фахівця з реклами і ПР у кризових умовах (українська та зарубіжна практика), інформаційна війна з РФ. Фактчекінг

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 PR-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.

Поняття: факт, постправа, фейк, фактчекінг. Можливі соціально-економічні, політичні, безпекові, морально-етичні наслідки поширення недостовірної інформації. Причини поширення та характеристика основних видів фейків (політичні видання, розважальні медіа, «жовті» видання, пранкери, тролі, «чорні» маркетологи, блогери і т.д.).

Основні організації, платформи, що протидіють недостовірній інформації в світі та Україні. Роль інформгігантів – Гугл, Фейсбук, X та ін. у цій діяльності.

Загальні принципи фактчекінгу, в том числі – у практиці інформаційної війни з РФ. Правила перевірки у соцмережах. Основні інструменти у фактчекінговій діяльності, боротьбі с фейками (одержання інформації про домен і сайт, визначення фейкових новинних сайтів, перевірка текстів, можливості перевірки фотоматеріалів в Інтернеті, соцмережах і т.д.).

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти

Вид діяльності здобувача	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	2	2				
Відвідування семінарських занять	1	2	2	2	2				
Відвідування практичних занять	1			2	2	3	3	3	3
Робота на семінарському занятті	10	2	20	2	20				
Робота на практичному занятті	10			2	20	3	30	3	30
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5	1	5
Виконання модульної контрольної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом			54		76		63		63
Макс. кількість балів	256								
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $256 : 100 = 2,56$ Здобувач набрав: 258 балів. Оцінка: $248 : 2,56 = 97$ балів (А)								

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Здобувачі вищої освіти самостійно обирають в кожному модулі одне завдання із запропонованих кількох, виконують його та надсилають до ЕНК. Загальна кількість робіт з дисципліни – 4.

Завдання до модулю 1.

1. Сформулювати таблицю характеристик інформаційного суспільства.
2. Описати процес продукування, управління, захисту та знищення інформації.
3. Підготувати презентацію на тему: «Сучасні професійні співтовариства в інформаційній сфері».
4. Підготувати порівняльну характеристику різних видів стратегій в роботі з інформацією.
5. Проаналізувати головні проблеми сучасного комунікаційного менеджменту.

Завдання до модулю II

1. Описати способи управління інформацією приватними власниками інформресурсів (українська та зарубіжна практика).
2. Проаналізувати «прямі» методи управління інформацією на конкретному прикладі (приклад – за вибором здобувачів).
3. Охарактеризувати опосередковані методи управління інформацією в українській блогосфері.
4. Назвати та охарактеризувати основні прийоми створення власного інформпотоків.

Завдання до модулю III

1. Охарактеризувати сучасну інформаційну діяльність українських державних органів/органів місцевого самоврядування у соціальних мережах.
2. Створити реєстр прикладів управління інформацією в банківській, інвестиційній сфері.
3. Проаналізувати практику поширення інформації волонтерськими організаціями.
4. Проаналізувати законодавство та практику дотримання етичних норм управління інформацією під час конкретної виборчої кампанії (української чи зарубіжної).

Завдання до модулю IV

1. Підготувати доповідь на тему: «Інформаційна війна з росією: інструменти та ефективність».
2. Охарактеризувати прийоми управління інформацією в період конкретної надзвичайної ситуації, кризи (за вибором здобувачів).

3. Створити план підготовки до кризової ситуації бізнес-структури (за вибором здобувачів).
4. Проаналізувати практику боротьби громадянського суспільства з проявами кібертероризму та інформаційної війни (українські та зарубіжні реалії).

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими критеріями:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теоретичних основ проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) рівень ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах, презентаціях, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно здобувачами у вигляді письмової роботи або презентації.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного модуля. Проведення модульних робіт передбачає використання набутих теоретичних знань та практичних навичок.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 4, виконання кожної роботи є обов'язковим. Максимальна оцінка кожної - 25 балів.

Загальна оцінка за кожний модуль включає бали за поточну роботу здобувача на лекціях, семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи та бали за МКР.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної 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. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу на лекціях,

семінарських, практичних заняттях, виконання самостійних робіт, модульних контрольних робіт. Семестровий контроль знань проводиться у формі заліку і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

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.Рекомендовані джерела

Основні

1. Гібридна війна росії проти України. Як перемогти на інформаційному фронті : посібник. Київ : Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. 2023. 55 с. . URL: <http://surl.li/ndqyc> (дата звернення: 12.08.2023).
2. Зернецька О. В. Глобальна комунікація : монографія. Київ : Наукова думка. 2017. 348 с.
3. Матвієнко М.Н., Цивін М.Н. Інформаційний менеджмент. Опорний конспект лекцій у схемах і таблицях : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закладів. Київ : Видавничий Дім «Слово». 2007. 200 с.
4. Міліган Енді, Бейлі Саймон, Лі Річ. Міфи про PR. Київ : Фабула. 2020. 528 с.
5. Ньюпорт Кел. Не турбувати! Як сфокусуватися в інформаційному шумі : пер. С.Сарвіри. Київ : Наш формат. 2018. 248 с.
6. Померанцев П. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності. Київ : Yakaboo Publishing. 2020. 288 с.
7. Новохатько Л. М., Афанасьєв І. Ю., Сінько А. С. Інформаційно-комунікаційна діяльність та аналітика під час російсько-української війни (на прикладі соціальних мереж). *Communications and Communicative Technologies*. 2023. Issue 23. P. 144–151.
8. Управління інформаційною безпекою. Конспект лекцій: навч. посіб. / 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: 12.08.2023).
9. 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: 12.08.2023).
10. Як розпізнати фейк? Правила The Huffington Post. *CERT-UA* : вебсайт. URL: <https://cert.gov.ua/about-us> (дата звернення: 12.08.2023).

Додаткові

1. Біденко С., Золотаревич І. Репутаційний антистрес. Київ : Yakaboo Publishing. 2021. 224 с.
2. Верещак Вікторія. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією. Київ : Yakaboo Publishing. 2023. 200 с.
3. Загорулько Є., Полтаржевський Д. Корпоративні комунікації: Свіжий погляд. Київ : Арт Економі. 2023. 360 с.
4. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології : навч. посіб. Острого : Видавництво Національного університету «Острозька академія». 2014. 162 с.
5. Коваль Д.О., Короткий Т. Р. Інформаційна війна Російської Федерації проти України: оцінка міжнародного співтовариства. Київ : КІС. 2014.
6. Лісовська Ю.П. Кібербезпека: Ризики та заходи. Київ : Кондор. 2019. 272 с.
7. Мороз О. Нація овочів? Як інформація змінює мислення і поведінку українців. Київ : Yakaboo Publishing. 2020. 304 с.
8. Ніколс Томас. «Диванні експерти». Як необмежений доступ до інформації робить нас тупішими : пер. Є. Кузнецової. Київ : Наш формат. 2019. 240 с.
9. Почепцов Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії. Харків : Vivat, 2021. 384 с.
10. Почепцов Г. Фейк. Технології створення реальності. Київ : Києво-Могилянська академія, 2020. 224 с.
11. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». 2017. 257 с.
12. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів. Київ : Центр навчальної літератури. 2019. 202 с.
13. Річ Лі. Міфи про PR : пер. І. Семенюк. Київ : Фабула. 2020. 272 с.
14. Стельмахова Олександра. Піаритись не можна зупинитись. Київ : Ліра – Плюс. 2019. 196 с.
15. Тодорова Оксана. Енергія креативу. Банк ідей для бізнес-комунікацій. Київ : Інтерконтиненталь Україна. 2020. 192 с.
16. Томпсон Дерек. Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу : Н.Палій, Д. Антонюк. Київ : Yakaboo Publishing. 2018. 628 с.
17. Філософія інформаційно-комунікативного суспільства: теоретико-методологічний контекст : монографія / В.Г.Воронкова, О.В.Соснін, В.О.Нікітенко та ін. Запоріжжя : ЗДІА. 2016. 276 с.
18. Чалдіні Р. Психологія впливу: пер. з англ. М. Скоробогатов. Харків : Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля». 2017. 352 с.
19. Gregory, Anne. Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach (fifth edition). 2022. 277 p.

20. Scott, David Meerman. *The New Rules of Marketing and PR: How to Use Content Marketing, Podcasting, Social Media, AI, Live Video, and Newsjacking to Reach Buyers Directly* Paperback. 2022. 480 p.
21. Smudde, Peter M. *Managing Public Relations: Business Principles and Tools for Strategic Communication, 2e* Paperback. 2023. 352 p.
22. Stoker, Kevin L. *Paradox in Public Relations: A Contrarian Critique of Theory and Practice (Routledge New Directions in PR & Communication Research)* Paperback. 2021. 172 p.
23. Thompson, Gareth. *Post-Truth Public Relations: Communication in an Era of Digital Disinformation*. 2020. 192 p.

8. Навчально-методична карта дисципліни "Управління інформацією"

Разом: 120 год., лекції – 8 год., семінарські заняття – 8 год.,
практичні заняття – 16 год., модульний контроль – 8 год.,
самостійна робота – 80 год.

Модулі	модуль I		модуль II	
Назва модуля	Сучасне інформаційне суспільство: генеза, тенденції, основні риси управління		Технології управління інформацією та діагностика ефективності цього процесу	
Кількість балів за модуль	54 балів		76 бал	
Лекції	2 б.		2 б.	
Теми лекцій	Основні риси інформаційного суспільства та комунікаційного менеджменту 1 б.	Стратегія як спосіб управління інформацією 1 б.	«Прямі» методи управління інформацією 1 б.	Технології «непрямих» методів управління інформацією 1 б
Теми семінарських занять	Основні характеристики та тенденції управління інформацією: погляд фахівця з реклами та ПР 11 б.	Характеристика основних типів, видів стратегій управління інформацією 11 б.	Характеристика основних «прямих» методів управління інформацією 11 б.	Технології «непрямих» методів управління інформацією 11 б
Теми практичних занять				Практика застосування технологій «непрямих» методів управління інформацією. Управління інформацією на прес-конференціях 22 б
Самостійна робота	5 б.		5 б.	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)		Модульна контрольна робота 2 (25 балів)	

Модулі	модуль III	модуль IV
Назва модуля	Практика управління інформацією в різних сферах життя суспільства	Управління інформацією в умовах надзвичайних ситуацій, криз, воєн та воєнних конфліктів. Фейки та фактчекінг
Кількість балів за модуль	63 б.	63 б.
Теми практичних занять	Українська та зарубіжна практика управління інформацією у державно-політичній, економічній та гуманітарній сферах 33 б.	Управління інформацією в кризових умовах. Інформаційна війна з РФ. Фактчекінг 33 б.
Самостійна робота	5 б.	5 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 (25 балів)	Модульна контрольна робота 4 (25 балів)