

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Економічний факультет
Кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

В.о. декана економічного
факультету
доц. Р.І. Грешко
« 02 » березня 2024 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ ТА МЕДІАПЛАНУВАННЯ

Вибіркова

Освітньо-професійна програма
Спеціальність
Галузь знань
Рівень вищої освіти:
Факультет, на якому
здійснюється підготовка
фахівців
Мова навчання

«Маркетинг»
075 «Маркетинг»
07 «Управління та адміністрування»
перший (бакалаврський)
Економічний

Українська


Чернівці 2024 рік

Робоча програма навчальної дисципліни «ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ ТА МЕДІАПЛАНУВАННЯ» складена відповідно до вимог освітньої програми «Маркетинг» першого освітнього рівня, спеціальності 075 Маркетинг, галузі знань 07 Управління та адміністрування (затверджена протоколом №12 від 02.09.2024р.).

Розробник: к.е.н. Нікульча В.А., асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

Погоджено з гарантом ОП і затверджено на засіданні кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку


Протокол № 1 від «12» серпня 2024 року

Завідувач кафедри  Буднікевич І.М.

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку

Схвалено методичною радою економічного факультету

Протокол № 1 від «12» серпня 2024 року

Голова методичної ради економічного факультету 

Грешко Р.І.

Дисципліна «Інформаційні війни та медіапланування» спрямована на формування у студентів компетентностей щодо використання інформації як одного із основних інструментів ведення конкурентної боротьби підприємства на ринку, здатним забезпечити ефективний вплив на цільову аудиторію. Володіння теоретичними та прикладними основами психологічного впливу на цільову аудиторію за допомогою інформації забезпечує позитивне ставлення до товарів та підприємства. З іншого боку, основні прийоми та засоби інформаційних воєн можуть бути застосовані державними інституціями для забезпечення власного суверенітету та проведення державної політики у різних сферах

Метою вивчення дисципліни «Інформаційні війни та медіапланування» є: формування у студентів системи теоретичних знань і практичних вмінь щодо визначення цілей, розроблення та практичної реалізації стратегії і тактики ведення інформаційних воєн, спрямованих на встановлення контролю над інформаційним простором та механізмом прийняття маркетингових рішень.

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Інформаційні війни та медіапланування» студент повинен

знати:

- основні поняття, тлумачення і терміни інформаційно-психологічного впливу на цільову аудиторію у сфері маркетингу та PR;
- стратегію і тактику ведення інформаційних воєн у маркетингу та PR;
- структуру медіаплану, зміст його основних розділів та порядок розробки;

вміти:

- застосовувати інструменти інформаційних воєн для просування певних ринкових об'єктів та окремих суб'єктів;
- складати стратегічні та тактичні плани проведення інформаційно-психологічних операцій;
- координувати роботи з управління інформаційною кампанією.

Вивчення дисципліни посилює такі компетентності, визначені ОП «Маркетинг»:

<i>Загальні компетентності</i>	<ul style="list-style-type: none"> - ЗК11. Здатність працювати в команді. - ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
Спеціальні (фахові) компетентності	<ul style="list-style-type: none"> - СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. - СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків

Програмні результати навчання за ОП «Маркетинг»:

Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

3. Опис навчальної дисципліни «Інформаційні війни та медіапланування»

3.1. Загальна інформація

Назва навчальної дисципліни Інформаційні війни та медіапланування												
Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю	
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання		
Денна	2024/2025	7	3	90	30	15				45		Залік
Заочна	2024/2025	7	3	90	8	4				78		Залік

3.2. Дидактична карта дисципліни «Інформаційні війни та медіапланування»

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	Σ	у тому числі					Σ	у тому числі				
		лекції	практ.	лаб.	індив.	с.р.		лекції	практ.	лаб.	індив.	с.р.
Тема 1. ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ОЗНАКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА	12	4	2			6	12	2	2			8
Тема 2. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І СУТНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ, КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ВОЄН	12	4	2			6	12	2	2			8
Тема 3. ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА СУЧАСНОСТІ	11	4	2			5	10					10
Тема 4. МЕТОДОЛОГІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВОЄН	12	4	2			6	12	2				10
Тема 5. ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІМІДЖОЛОГІЇ У ВЕДЕННІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВОЄН	12	4	2			6	12	2				10
Тема 6. МАРКЕТИНГОВА КОНЦЕПЦІЯ МЕДІАКРАТІЇ	11	4	2			5	11					11
Тема 7. СУТНІСТЬ ПРОЦЕСУ МЕДІАПЛАНУВАННЯ	12	4	2			6	12					12
Тема 8. ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ МЕДІАПЛАНУ	8	2	1			5	9					9
Усього годин	90	30	15			45	90	8	4			78

3.3. Тематика лекцій «Інформаційні війни та медіапланування»

№	Назва теми з основними питаннями-план	Кількість годин
	Тема 1	
	Основи формування та ознаки інформаційного суспільства	
1.	1. Сутність та роль інформації в сучасному суспільстві. 2. Інформаційне суспільство: історичні передумови розвитку. 3. Ознаки інформаційного суспільства.	4
	Тема 2	
	Основні поняття і сутність інформації, комунікації та інформаційних воєн	
2.	1. Предмет, об'єкт і сутність інформаційних воєн. 2. Понятійний апарат: інформація, комунікація, інформаційні війни.	4
	Тема 3	
	Інформаційна безпека сучасності	
3.	1. Національна та інформаційна безпеки. 2. Власники інформації та її захист. 3. Інформаційні загрози, виклики, агресії та інтервенції. 4. Інформаційний суверенітет нації та його захист.	4
	Тема 4	
	Методології та технології інформаційних воєн	
4.	1. Інформаційне управління громадською думкою та психологічні тактики переконання. 2. Маніпулятивні технології інформаційних воєн.	4
	Тема 5	
	Інструментарій іміджології у веденні інформаційних воєн	
5.	1. Складові іміджології. 2. Інструментарій та прийоми іміджології. 3. Використання іміджології в інформаційно-психологічних операціях.	4
	Тема 6	
	Маркетингова концепція медіакратії	
6.	1. Медіакратія як форма політичного режиму. 2. Основні елементи маркетингової теорії медіакратії.	4
	Тема 7	
	Сутність процесу медіапланування	
7.	1. Теоретичні основи медіа планування: медіа план, медіа канал та медіаносій. 2. Етапи медіа планування, їх характеристика. 3. Показники оцінки концепції медіапланування.	4
	Тема 8	
	Формування та реалізація медіаплану	
8.	1. Структура медіа плану підприємства. 2. Розробка бюджету інформаційної кампанії. 3. Методика досліджень ефективності медіаплану. 4. Оптимізація медіаплану за результатами оцінки його ефективності.	2

3.4. Тематика практичних занять «Інформаційні війни та медіапланування»

№	Назва теми з основними питаннями-план	Кількість годин
	Тема 1	
	Основи формування та ознаки інформаційного суспільства	
1.	1. Мультивекторний вплив інформації в сучасному суспільстві. 2. Комунікативні інструменти поширення інформації: їх переваги та недоліки. 3. Передумови розвитку інформаційного суспільства. 4. Ознаки інформаційного суспільства.	2

2.	<p style="text-align: center;">Тема 2</p> <p>Основні поняття і сутність інформації, комунікації та інформаційних воєн</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Взаємозв'язок інформаційних воєн та паблік рілейшнз, їх спільні та відмінні риси. 2. Види комунікацій, їх характеристика. 3. Інформаційні війни у політичному протистоянні та маркетингу територій. 4. Асиметричні дії в інформаційних війнах. 	2
3.	<p style="text-align: center;">Тема 3</p> <p style="text-align: center;">Інформаційна безпека сучасності</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Складові інформаційної безпеки. 2. Ризики та їх види у інформаційних війнах. 3. Інформаційна інтервенція. 4. Фактори, що впливають на забезпечення інформаційної та національної безпеки. 	2
4.	<p style="text-align: center;">Тема 4</p> <p style="text-align: center;">Методології та технології інформаційних воєн</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Функції інформаційного управління громадською думкою. 2. Психологічні тактики переконання. 3. Маніпулятивні технології управління громадською думкою. 4. Сценарій інформаційної операції: теоретичні аспекти і практичні приклади. 5. Роль мас-медіа у забезпеченні маніпулятивного впливу. 	2
5.	<p style="text-align: center;">Тема 5</p> <p style="text-align: center;">Інструментарій іміджології у веденні інформаційних воєн</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Місце іміджології в інформаційній війні. 2. Прийоми нейролінгвістичного програмування. 3. Типологія іміджу. 4. Механізми впливу іміджу на людську свідомість. 	2
6.	<p style="text-align: center;">Тема 6</p> <p style="text-align: center;">Маркетингова концепція медіакратії</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Характерні риси медіакратії. 2. Взаємодія медіа та влади. 3. Формування громадської думки в межах режиму медіакратії. 	2
7.	<p style="text-align: center;">Тема 7</p> <p style="text-align: center;">Сутність процесу медіапланування</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Зміст процесу медіа планування. 2. Поняття медіаплан, медіа канал та медіаносій. 3. Медіапараметри носія інформації. 4. Сегментування в медіаплануванні. 	2
8.	<p style="text-align: center;">Тема 8</p> <p style="text-align: center;">Формування та реалізація медіаплану</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Характеристика розділів медіа плану. 2. Підходи до формування бюджету інформаційної кампанії. 3. Оцінка ефективності медіаплану. 	1

3.5. Зміст завдань для самостійної роботи з курсу «Інформаційні війни та медіапланування»

№	Назва теми самостійної роботи	Кількість годин
1.	<p>Фіксовані виступи за темами:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мультивекторний вплив інформації в сучасному суспільстві. 2. Комунікативні інструменти поширення інформації: їх переваги та недоліки. 3. Передумови розвитку інформаційного суспільства. 4. Інформаційні потоки та напрями їх впливу. 	6

	5. Система соціальної комунікації, її складові.	
2.	Самостійні завдання за темами 1. Порівняльний аналіз інформаційних воєн та паблік рілейшнз. 2. Інформаційні війни у політичному протистоянні та маркетингу територій. 3. Асиметричні дії в інформаційних війнах.	6
3.	Самостійні завдання за темами 1. Інформаційна інтервенція: її основні ознаки та цілі. 2. Оцінка факторів, що впливають на забезпечення інформаційної та національної безпеки. 3. Методи захисту інформації: опис та характеристики.	5
4.	Фіксовані виступи за темами: 1. Інформаційні віруси: завдання їх створення та поширення. 2. Інформаційний імунітет, фактори, що його визначають. 3. Роль мас-медіа у забезпеченні маніпулятивного впливу 4. Психологічні принципи тактики переконання у інформаційних війнах. 5. Моделі інформаційних воєн.	6
5.	Самостійне завдання «Побудова іміджу»: 1. Проаналізувати імідж особи / підприємства / організації / державної інституції чи установи. 2. Визначити слабкі місця поточного іміджу та його відповідність маркетинговому середовищу. 3. Розробити варіанти побудови іміджу виходячи із проведеного аналізу.	6
6.	Фіксовані виступи за темами: 1. Формування громадської думки в межах режиму медіакратії. 2. Нейролінгвістичне програмування, його роль у впливі на громадську думку. 3. Взаємодія медіа та влади.	5
7.	Самостійні завдання за темами 1. Порівняльний аналіз сучасних медіаносіїв інформації. 2. Медіапараметри, що використовуються при виборі медіаносія. 3. Сегментування та вибір цільового сегменту у медіаплануванні.	6
8.	Самостійне завдання «Розробка медіаплану інформаційної кампанії»: 1. Здійснити аналіз ринку, особливу увагу приділити цільовій аудиторії. 2. Відповідно до проведеного аналізу визначити цілі інформаційної кампанії. 3. Обрати канали поширення інформації та визначити розмір бюджету, обґрунтувавши доцільність вибору відповідного каналу.	5

4. Методи навчання, форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни «Інформаційні війни та медіапланування»

4.1. Методи навчання і викладання:

МН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).

МН2 – бізнес-кейси (індивідуальні або командні) .

МН3 – ділові ігри;

МН5 – методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали тощо).

МН6 – робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.

МН7 – самостійна робота над індивідуальним завданням.

МН9 – тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів.

МН10 – реферативні та пошукові дослідження.

4.2 Критерії оцінювання знань студентів при складанні екзамену з навчальної дисципліни «Інформаційні війни та медіапланування»

Контрольні заходи включають поточний та підсумковий контроль знань студента. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять, самостійної роботи та має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі.

Формами поточного контролю є:

МО1 – презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.

МО2 – захист бізнес-кейсів, результатів досліджень.

МО3 – аналітичні звіти, реферати.

МО4 – презентації результатів виконання завдань.

МО5 – презентація творчих завдань.

МО6 – командні результати ділових ігор.

МО8 – презентація власного підготовленого кейсу, які складені на основі реальних сценаріїв і стратегій розвитку компаній, інноваційних регіонів.

МО9 – підсумковий контроль – залік в усній формі.

Підсумкова оцінка формується з балів, отриманих протягом семестру (максимальна кількість – 60), та балів, отриманих на підсумковому контролі – заліку (максимальна кількість – 40).

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне оцінювання (аудиторна)								Кількість балів (залік)	Σ балів
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	40	100
8	8	6	8	8	8	8	6		

Кількість балів за кожний навчальний елемент дисципліни «Інформаційні війни та медіапланування» виводиться з суми поточних видів контролю (за виступи та доповнення під час проведення практичних занять, розв'язування ситуацій, тестові завдання, глосарій та ін.) з урахуванням обмеження по максимально можливій кількості балів. Кількість балів за модуль дорівнює сумі балів, отриманих за навчальні елементи даного модуля та за модульну контрольну роботу. Максимальна кількість балів складає: за 1 модуль – 60 балів, 2 модуль-контроль

Підсумкова оцінка проводиться за стобальною шкалою ЧНУ, за шкалою ECTS (відповідно до вимог Болонської угоди) та національною шкалою. Відповідність між ними встановлюється за такою схемою:

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
	Оцінка (бали)	Пояснення за розширеною шкалою
Зараховано	A (90-100)	відмінно
	B (80-89)	дуже добре
	C (70-79)	добре
	D (60-69)	задовільно
	E (50-59)	достатньо
Незараховано	FX (35-49)	(незадовільно) з можливістю повторного складання
	F (1-34)	(незадовільно) з обов'язковим повторним курсом

Студент, який не отримав позитивні оцінки за підсумками роботи над кожним модулем та набрав менше 35 балів, вважається неатестованим та не допускається до складання іспиту. Допущеним до складання іспиту студент може бути лише в разі відпрацювання всього матеріалу, передбаченого навчальним планом у повному обсязі або тієї частини навчального матеріалу, за яким він був не атестований

5. Питання, які виносяться на залік з курсу

1. Розкрийте роль та значення інформації у сучасному суспільстві.
2. Визначте зміст основних підходів до сутності інформації.
3. За що піддають критиці атрибутивний підхід до визначення сутності інформації..
4. Визначте характеристики інформації як об'єктивного явища.
5. Чому інформація на додаток до землі, праці та капіталу є важливим фактором виробництва?
6. Яка роль інформації у конкурентній боротьбі?
7. У чому полягає зміст концепції «трьох хвиль» розвитку суспільства А. Тоффлера?
8. Визначте характерні ознаки аграрного суспільства.
9. Визначте характерні ознаки індустріального суспільства.
10. Визначте характерні ознаки постіндустріального/інформаційного суспільства.
11. Які фактори сприяли появі та розвитку інформаційного суспільства?
12. Що вкладають у зміст терміну «телематики»?
13. Визначте основні риси постіндустріального суспільства.
14. Що є об'єктом та предметом вивчення інформаційних воєн?
15. Визначте зміст поняття «інформаційна війна».
16. Охарактеризуйте взаємозв'язок інформаційної війни із іншими формами воєн.
17. Визначте взаємозв'язок інформаційної війни та PR.
18. Підходи до визначення категорії «інформація».
19. Що розуміють під поняттям «новини»?
20. Визначте основні загрози у інформаційній сфері.
21. Що розуміють під безпекою інформації?
22. Охарактеризуйте поняття інформаційний простір.
23. Що вкладають у зміст поняття інформаційного продукту?
24. Дайте характеристику поняттю «інформаційна зброя»
25. Розкрийте сутність поняття комунікації.
26. Опишіть структуру комунікації.
27. Визначте галузеві комунікації та дайте їм характеристику.
28. Дайте характеристику поняттю національної безпеки .
29. Охарактеризуйте фактори, що безпосередньо впливають на розвиток процесів боротьби в інформаційній сфері.
30. Що визначає актуальність забезпечення інформаційної безпеки?
31. Визначте види загроз, пов'язаних із інформаційною безпекою.
32. Дайте коротку характеристику видам загроз, пов'язаних із інформаційною безпекою.
33. Інформаційна агресія: її види та вектор спрямування.
34. Що розуміють під поняттям інформаційної інтервенції?
35. Інформаційний суверенітет країн. методика його захисту.
36. Розкрийте зміст основних заходів у сфері забезпечення медіабезпеки.
37. Опишіть взаємозв'язок інформаційного суверенітету та інформаційної безпеки.
38. Визначте зміст процесу управління громадською думкою.
39. Охарактеризуйте ключові завдання управління громадською думкою.
40. Розкрийте функції інформаційного управління громадською думкою.
41. Визначте основні психологічні принципи тактики переконання.
42. Опишіть соціально-психологічні ефекти, які використовуються в інформаційному управлінні громадською думкою.
43. Визначте поняття іміджу.
44. Охарактеризуйте завдання науки іміджології.
45. Опишіть складові іміджології.
46. Визначте основні типи іміджу, дайте їм характеристику.
47. Розкрийте зміст підходу до визначення типів іміджу за Е. Семпсоном.
48. Опишіть типи іміджу, виділені за ознакою функціональності.
49. Охарактеризуйте правила побудови іміджу.
50. Опишіть інструменти побудови іміджу.
51. Нейролінгвістичне програмування в іміджології: сутність і завдання.

52. Опишіть прийоми нейролінгвістичного програмування в іміджології.
53. Розкрийте роль іміджології у проведенні інформаційно-психологічних операцій.
54. Розкрийте сутність медіакратії.
55. Опишіть зміст маркетингової концепції медіакратії.
56. охарактеризуйте взаємовідносини ЗМІ та влади в межах концепції медіакратії.
57. Розкрийте зміст процесу медіапланування.
58. Що розуміють під поняттям «медіаносій»?
59. Визначте сучасні тенденції формування попиту на медіаносії.
60. Опишіть сучасні технології, які мають вплив на розвиток сфери медіа планування.
61. Визначте типову структуру медіаплану.
62. Опишіть етапи процесу медіапланування.
63. Які підходи можуть застосовуватись до визначення бюджету інформаційної кампанії?
64. Дайте характеристику основним показникам оцінки ефективності медіаплану.
65. Яка роль сегментування та вибору цільової аудиторії при розробці медіа плану?

6. Рекомендована література

6.1. Основна

1. Війни інформаційної епохи: міждисциплінарний дискурс : монографія. Харків : ФОП Федорко М.Ю., 2021. 558 с
2. Горбулін В. П., Додонов О. Г., Ланде Д. В. Інформаційні операції та безпека суспільства : загрози, протидія, моделювання : монографія. Київ : Інтертехнологія, 2009. 164 с.
3. Інформаційна безпека та кібербезпека держави: навчальний посібник / [Н. М. Титова, Н. М. Рідей, В. П. Настрадін, М. М. Присяжнюк, С. М. Мамченко, С.В.Артюх, Р. О.Яворська]; за заг. ред. М. М. Присяжнюка. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024. 224 с.
4. Кіслов Д. В. Інформаційні війни : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. 300 с.
5. Крепак А. С. Медіапланування : навчальний посібник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 128 с.
6. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі : навчальний посібник. Київ : ВІКНУ, 2016. 286 с.
7. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Вид. 2-ге, допов. Київ : Києво-Моги́л. акад., 2016. 502 с.
8. Прибутько П. С., Лук'янець І. Б. Інформаційні впливи : роль у суспільстві та сучасних воєнних конфліктах. Київ : Вид. Паливода А.В., 2007. 252 с.

6.2. Допоміжна

1. Богуш В., Юдін О. Інформаційна безпека держави : навч. посібник / голов. ред. Ю. О. Шпак.. Київ : «МК-ПРЕСС», 2005. 432 с.
2. Бондар І.Р. Інформаційна безпека як основа національної безпеки. *Mechanism of Economic Regulation*. 2014. № 1. С. 68-75. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mre_2014_1_8.
3. Жаровська І., Ортинська Н. Інформаційна війна як сучасне глобалізаційне явище. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія : «Юридичні науки» Т.7, №2, 2020. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journalpaper/2020/sep/22118/10.pdf>
4. Закон України «Про інформацію» (редакція від. 31.03.2023). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (Дата звернення: 01.05.2023)
5. Інформаційна безпека : підручник. В. В. Остроухов, М. М. Присяжнюк, О.І. Фармагей, М.М. Чеховська та ін.; під ред. В. В. Остроухова. Київ : Видавництво Ліра-к, 2021. 412 с.
6. Ключкова В. Психологічне забезпечення Збройних Сил України. Київ : Центр учбової літератури. 282 с.
7. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі : навчальний посібник. Київ : ВІКНУ, 2016. 286 с.
8. Лизанчук В. Інформаційна безпека України: теорія і практика : підручник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 728 с.

9. Литвиненко О. В. Спеціальні інформаційні операції та пропагандистські кампанії : монографія. Київ : Сатсанга, 2000. 222 с.
10. Ліпкан В.А., Харченко Л.С., Логінов О.В. Інформаційна безпека України : глосарій. Київ : Текст, 2004. 136 с.
11. Мороз О. Нація овочів? Як інформація змінює мислення і поведінку українців. Київ : Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.
12. Мороз О. Як не стати овочем. Інструкція з виживання в інфопросторі. Київ : Vivat, 2021. 208 с.
13. Найдьонова Л. А., Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Медіапсихологія : основи рефлексивного підходу : підручник. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. 244 с.
14. Почепцов, Г. Виртуальные войны. Фейки. Харьков : Фолио, 2019. 506 с.
15. Савінова Н .А. Інформаційні війни в інформаційному суспільстві : до питання обумовленості криміналізації. *Інформаційна безпека людини, суспільства, держави*. 2012. № 1 (8). С.70-73.
16. Саприкін О. Інформаційна експансія, інформаційна війна та інформаційна атака у засобах масової інформації на прикладі Євро-2012. *Вісник Книжкової палати*. 2013. № 1. С. 40-43. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr_2013_1_13.
17. Сенченко М. Невидимі інформаційні війни нового покоління : теорія мережецентричної війни на практиці. *Вісник Книжкової палати*. 2011. № 11. С. 3-6. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr_2011_11_1
18. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя : монографія / Окландер М.А. та ін.; за ред. д. е. н., проф. М.А. Окландера. Одеса : Астропринт, 2017. 292 с.
19. Швець М. Я., Гавловський В. Д., Гуцалюк М. В., Цимбалюк В. С. Основи інформаційного права та концепція формування системи інформаційного законодавства України URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/10b24401-1fa3-4eba-b73d-9cd58d1767c3/content>

Інформаційні ресурси:

1. Курс «Інформаційна гігієна під час війни». URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+IHWAR101+2022_T2
2. Курс «Інформаційна безпека». URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Internews+INFOS101+UA_2021_T3
3. Курс «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні». URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+IH101+2021_T3
4. Курс «Дезінформація: види, інструменти та способи захисту». URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+DISINFO101+2021_T2
5. Сайт Міністерства культури та інформаційної політики України. URL: <https://mkip.gov.ua> –
6. Сайт «Миротворець». URL: <https://myrotvorets.center> –
7. Сайт «InformNapalm». URL: <https://informnapalm.org/ua/> –
8. Сайт з набором безкоштовних OSINT-інструментів. URL: <https://spy-soft.net/free-osint-tools-and-software/#Recon> –.
9. Сайт «Bellingcat»: OSINT-розслідування. URL: <https://ru.bellingcat.com/tag/украина/>

Навчальна програма курсу***Тема 1. Основи формування та ознаки інформаційного суспільства***

Зміст категорії «інформація», підходи до визначення її сутності. Характеристики інформації як об'єктивного явища.

Етапи розвитку суспільства: аграрне, індустріальне, постіндустріальне (інформаційне). Характерні риси етапів (хвиль) розвитку суспільства. Передумови становлення інформаційного суспільства. Взаємозв'язок етапів становлення маркетингу та інформаційного суспільства. Розвиток інформаційного суспільства, фактори що його спричинили. Характерні ознаки інформаційного суспільства.

Тема 2. Основні поняття і сутність інформації, комунікації та інформаційних воєн

Інформаційні війни, об'єкт та предмет їх вивчення. Місце інформаційних воєн серед політичних інструментів. Взаємозв'язок інформаційних воєн та паблік рілейшнз, їх спільні та відмінні риси.

Основні поняття інформаційної війни: інформація, новини, безпека інформації, інформаційна безпека, інформаційний простір, інформаційний продукт, інформаційний суверенітет, національний інформаційний продукт, національна інформаційна могутність, інформаційний ресурс, інформаційна зброя, інформаційний потік.

Комунікація: сутність та характеристики поняття. Структура комунікації, її складові. Види комунікацій.

Тема 3. Інформаційна безпека сучасності

Безпека: підходи до визначення поняття. Інформаційна безпека, її складові. Національна безпека: зміст поняття. Національні інтереси. Фактори, що впливають на забезпечення інформаційної та національної безпеки.

Власники інформації, їх роль у формуванні національної безпеки. Медіакратія, її характерні риси.

Загрози, класифікація загроз. Загрози національним інтересам, загроза національній безпеці, загроза інформаційним ресурсам, загроза розкриття інформаційних ресурсів, загроза порушення цілісності інформаційних ресурсів, загрози збою в роботі.

Виклики, агресія. Інформаційна агресія, її різновиди. Інформаційна інтервенція.

Інформаційний суверенітет та медіа безпека. Заходи медіа безпеки. Складові системи інформаційної безпеки.

Тема 4. Методології та технології інформаційних воєн

Управління громадською думкою та ключові завдання такої форми впливу. Функції інформаційного управління громадською думкою. Психологічні принципи тактики переконання: послідовності, взаємного обміну, соціального доказу, прихильності, авторитету та дефіциту.

Соціально-психологічні ефекти маніпулятивного впливу. Завдання та результати застосування соціально-психологічних ефектів у маніпуляціях громадською думкою. Роль мас-медіа у забезпеченні маніпулятивного впливу. Кіно, театр та телебачення як канали маніпуляцій.

Тема 5. Інструментарій іміджології у веденні інформаційних воєн

Імідж: зміст поняття. Іміджологія та її основні складові. Типологія іміджу: самоімідж; імідж, що вимагається; імідж, який сприймається.

Типологія іміджу з функціональної точки зору: дзеркальний; бажаний; корпоративний;

тимчасовий (поточний); комплексний (багатогранний).

Інструментарій (набір інструментів) іміджології: позиціювання, маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація, вербалізація, деталізація, форматизація, архаїзація, акцентування, дистанціонування, метафоризація та візуалізація.

Нейролінгвістичне програмування, його роль у впливі на громадську думку. Прийоми нейролінгвістичного програмування: віддзеркалення; емоційне стимулювання; «піковий досвід»; «введення субмодальності».

Роль іміджології в інформаційно-психологічних операціях, види маніпуляцій.

Тема 6. Маркетингова концепція медіакратії

Медіакратія: сутність режиму. Відмінності медіакратії та медіа демократії. Роль медіа у становленні медіакратії.

Фактори впливу на формування режиму медіакратії. Характерні риси медіакратії. Інформаційна війна в межах режиму медіакратії: гравці, їх завдання.

Основні елементи маркетингової теорії медіакратії: їх характеристика.

Тема 7. Сутність процесу медіапланування

Поняття медіапланування, медіаканал та медіаносій. Медіапланування як складова інформаційної кампанії. Цілі і завдання медіапланування. Етапи медіапланування, охоплення аудиторії і кількість рекламних контактів. Показники, які використовуються для оцінки концепції медіапланування.

Основні медіа параметри засобів масової інформації: охоплення, рейтинги, частота інформаційного впливу.

Тема 8. Формування та реалізація медіаплану

Створення медіаплану для інформаційної кампанії. Основні характеристики, терміни та структура медіаплану. Підходи при медіапланування.

Сутність поняття бюджету інформаційної кампанії. Принципи визначення бюджету інформаційної кампанії. Фактори, що впливають на формування бюджету інформаційної кампанії. Методи формування бюджету інформаційної кампанії, їх переваги та недоліки.

Методика досліджень ефективності медіаплану та заходи по контролю ефективності її виконання. Основні показники ефективності медіа плану. Оптимізація медіа плану за результатами оцінки його ефективності. Програмні продукти оцінки медіа планування, їх характеристика.