

МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ  
ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ САМОСТІЙНОЇ  
РОБОТИ СТУДЕНТІВ  
з дисципліни  
“ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ  
МЕНЕДЖМЕНТ”  
(для спеціалістів)**

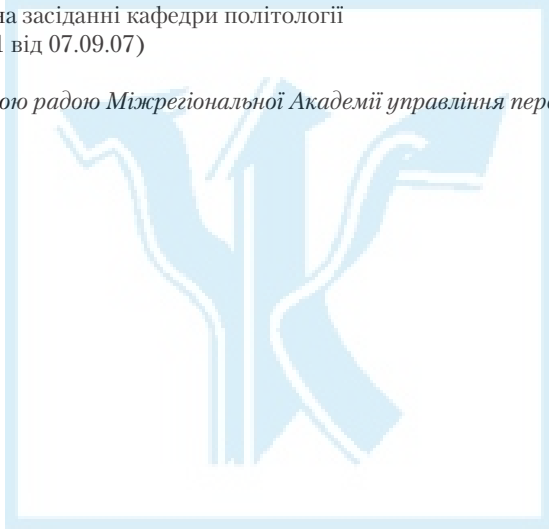
МАУП

Київ 2008

Підготовлено викладачем кафедри політології *І. О. Козакевич*

Затверджено на засіданні кафедри політології  
(протокол № 1 від 07.09.07)

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом*



**МАУП**

**Козакевич І. О.** Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни “Інформаційно-комунікаційний менеджмент” (для спеціалістів) — К.: МАУП, 2008. — 23 с.

Методичні рекомендації містять пояснювальну записку, тематичний план дисципліни “Інформаційно-комунікаційний менеджмент”, методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни, питання для самоконтролю, а також список літератури.

© Міжрегіональна Академія  
управління персоналом (МАУП), 2008

## **ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

Прискорення темпів життя, модернізація виробництва, підвищення рівня і якості “комунікативної” освіченості суспільства є невід’ємною складовою глобалізації, що стала ознакою сучасності. Єдина, спільна інформаційна система координат поширюється на міжнародному та світовому рівнях.

У контексті європейських та світових тенденцій на теренах колишніх радянських республік, зокрема України, стали актуальними і частовживаними такі терміни та аббревіатури, як WWW, Internet “реклама”, PR тощо.

Наприкінці ХХ століття інформація справедливо займає місце основного стратегічного ресурсу і продукту, що дає змогу не тільки значно підвищити роль інформаційного чинника у процесах прийняття управлінських рішень, а й застосовувати якісно нові технології для задоволення інформаційних потреб, бачити найбільш повну і реальну картину бізнесу. Ефективне використання інформації неможливе без підготовки для роботи з нею фахівців, які здатні визначити потреби в її використанні, застосовувати відповідні форми, методи й технології управління нею. Саме це й забезпечує інформаційний менеджмент як сукупність методів управління інформацією, що підтримується розвитком інформаційних технологій, а також потребами споживача інформації. Як вид менеджменту інформаційний менеджмент спрямований на ефективну організацію інформаційної діяльності, на створення матеріальних передумов доступу до інформації і забезпечення інформаційно-комунікаційних процесів в організації. Процес інформаційного менеджменту є невід’ємною складовою технологій формування й активного використання наявних інформаційних ресурсів організації.

З огляду на сказане потрібна глибока інформаційна підготовка фахівців з менеджменту, економіки і підприємництва. Метою вивчення дисципліни є формування у студентів знання з управління інформаційними ресурсами організації з урахуванням особливостей інформації як стратегічного ресурсу та одного із засобів досягнення завдань, що стоять перед організацією.

У цьому аспекті інформаційний менеджмент (ІМ) (information management, resources management) — це управління організацією, що здійснюється на основі комплексного використання усіх видів інформації, що присутня в самій організації та за її межами.

Для ІМ як виду менеджменту характерна багатоаспектність, яка зумовлена предметом, об'єктом його використання. Поняття і категорії інформації є родовими для сукупності інших дисциплін, пов'язаних з фундаментально-інформаційним забезпеченням управління. Змістово-функціонально ІМ тісно пов'язаний з такими навчальними дисциплінами, як “Основи інформації та ОТ”, “Менеджмент”, “Теорія і практика управління”, “Інформаційні технології в управлінні”.

Самостійна робота над навчальним матеріалом передбачає роботу на семінарах, участь у конференціях, виконання практичних завдань та контрольних робіт. Вона здійснюється відповідно до навчальних планів, навчальної і робочої програми з курсу.

**Метою** самостійної роботи студентів є:

- забезпечення фундаментальної загальноосвітньої та практичної підготовки студентів;
- засвоєння методів самостійного вивчення навчального матеріалу, навичок пошуку глибших знань;
- підвищення ефективності навчального процесу за допомогою організації позааудиторного навчання відповідно до особистих здібностей кожного студента;
- оволодіння студентами культурою розумової праці, вмінням орієнтуватися у потоці наукової інформації, розвиток незалежності мислення, формування власної точки зору на проблеми, що вивчаються.

Ефективність самоосвіти, яка є одним з основних методів навчання студентів, визначається постійністю, послідовністю і наполегливістю в роботі з навчальним матеріалом, здійсненням самоконтролю, систематичністю занять, вмінням поєднати практичні навички з теорією.

Самостійна робота студентів денної форми навчання починається після вступної лекції, на якій викладач дає основні рекомендації щодо методики самостійного опанування курсу “Інформаційно-комунікаційний менеджмент”.

Основні форми самостійної роботи:

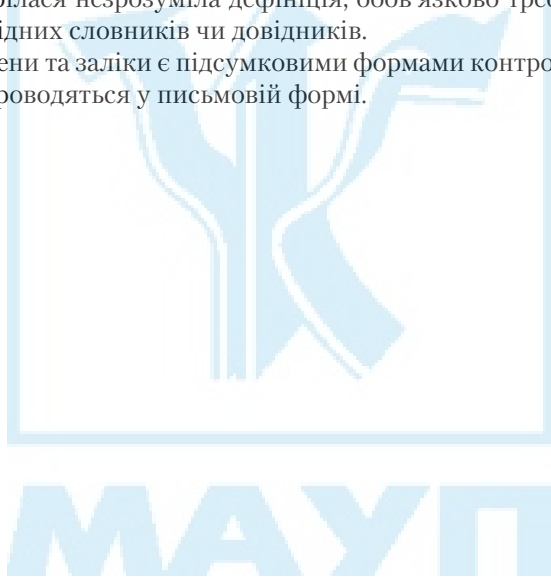
- робота з підручниками та посібниками;
- робота з науковою літературою;
- самостійне вивчення окремих тем і питань до семінарських та практичних занять на основі навчальної, монографічної літератури, документів, матеріалів, періодичних видань;
- підготовка реферату;

- підготовка до аудиторної контрольної роботи;
- підготовка до консультації з викладачем;
- підготовка до заліку та екзамену.

Під час самостійної роботи студентові варто працювати одночасно з 2–3 підручниками. У списку рекомендованої літератури до кожної теми курсу подано монографії і статті вітчизняних науковців та політологів, а також близького і традиційного зарубіжжя.

Перед тим як приступити до вивчення монографії чи статті, рекомендується ознайомитися з відповідним розділом підручника, щоб мати загальне уявлення про досліджувану проблему. Працюючи з літературою, найцікавіші факти, судження й висновки доцільно занотувати, обов'язково посилаючись на автора. Якщо у науковій літературі зустрілася незрозуміла дефініція, обов'язково треба звернутися до відповідних словників чи довідників.

Екзамени та заліки є підсумковими формами контролю знань студентів і проводяться у письмовій формі.



**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН**  
**дисципліни**  
**“ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ”**

№ пор.	Назва змістового модуля і теми	Лекції	Семінарські, практичні заняття	Самостійна робота
1	2	3	4	5
	<b>Змістовий модуль I. Соціальна комунікація: сутність та її суспільна роль</b>			8
1	Поняття соціальної комунікації. Суб'єкти та об'єкти соціальної комунікації	2		
2	Базові категорії соціальної комунікації: знання, уміння, стимули, емоції, пам'ять	2		4
3	Комунікаційні процеси соціалізації			4
	<b>Змістовий модуль II. Функції ІКМ у системі інформаційних відносин</b>	2		6
4	Сфера інформаційних відносин та її законодавче регулювання. Основні поняття	2		4
5	Основні поняття процесу інформаційної діяльності, визначені законодавством України			2
6	Інформаційна безпека і захист інформації як функція ІКМ			
	<b>Змістовий модуль III. Менеджмент масових комунікацій</b>	2	2	6
7	Засоби масових комунікацій	2	2	
8	Форми організації ЗМК			6
	<b>Змістовий модуль IV. Інформаційно-аналітична функція ІКМ</b>	2		6
9	Інформаційно-аналітична робота як вид забезпечення управлінської діяльності	2		

1	2	3	4	5
10	Аналіз і синтез як види мислення			4
11	Документальні комунікації та документальні джерела управлінської інформації			2
	<b>Змістовий модуль V. Глобалізація масових комунікацій у сучасному світі</b>	2		6
12	Сутність і феномен глобалізації	2		
13	Інфосфера та глобальні комунікаційні моделі			2
14	Становлення національного інформаційного простору України			4
	<b>Змістовий модуль VI. Рекламний медіа-менеджмент</b>	2		8
15	Медіа-менеджмент і медіа-планування			4
16	Телевізійна, аудіо- та відеореклама	2		
17	Інтернет-реклама			4
Разом годин: 54		12	2	40

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ  
ДО САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ  
“ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ”**

**Змістовий модуль I. Соціальна комунікація: сутність та її суспільна роль**

- 1. Поняття соціальної комунікації. Суб'єкти та об'єкти соціальної комунікації.**
- 2. Базові категорії соціальної комунікації: знання, уміння, стимули, емоції, пам'ять.**
- 3. Комунікаційні процеси соціалізації.**

- Готуючись до першого питання, студент має усвідомити, що соціальна комунікація — невід'ємне явище сьогодення. Соціальна комунікація тісно пов'язана із суспільно-політичною та економічною сферами життя соціуму.

З'ясуйте і розкрийте сутність суб'єктів та об'єктів процесу соціальної комунікації, який передбачає участь щонайменше трьох учасників.

- Під час підготовки до другого питання слід зосередити увагу на ключових термінах соціальної комунікації. Навести визначення, розкрити сутність, проаналізувати типологію та класифікацію основних понять.
- Вивчаючи третє питання, студент має з'ясувати комунікаційні аспекти соціалізації; охарактеризувати підходи до тлумачення терміна “соціалізація”, зупинитися на етапах процесу соціалізації.

### **Теми рефератів**

1. Поняття “комунікація”, його сутність і тлумачення в науковій літературі.
2. Взаємозв'язок і взаємозалежність суб'єктів та об'єкта комунікаційного процесу.
3. Комунікаційні канали, їх класифікація та функції.
4. Мова і мовлення: взаємозалежність та їх сукупні функції в суспільстві.

### **Питання та завдання для самоконтролю**

1. Простежте еволюцію комунікації як невід'ємної ознаки людської спільноти.
2. Охарактеризуйте значення особистості в системі соціальної комунікації.
3. Визначте місце і роль знань, умінь, стимулів та емоцій у комунікаційному процесі.
4. Охарактеризуйте поняття “соціальний час” та “соціальний простір” — базові категорії комунікації.
5. Охарактеризуйте поняття “пам'ять” і наведіть її типологію.
6. Визначте сфери суспільної свідомості та проаналізуйте її структуру.
7. Розкрийте сутність процесу соціалізації та охарактеризуйте його основні етапи.

*Література* [3–5; 8; 9; 11; 32–35; 43; 46; 64]



## **Змістовий модуль II. Функції ІКМ у системі інформаційних відносин**

- 4. Сфера інформаційних відносин та її законодавче регулювання. Основні поняття.**
- 5. Основні поняття процесу інформаційної діяльності, визначені законодавством України.**
- 6. Інформаційна безпека і захист інформації як функція ІКМ.**

- Готуючись до першого питання, студент повинен усвідомити, що сфера інформаційних відносин має формальне (законодавче) оформлення: Закон України “Про інформацію” – базовий правовий акт у системі регулювання інформаційних відносин в Україні.

- Під час підготовки до другого питання слід зупинитися на основних поняттях процесу інформаційної діяльності, які визначені законодавством України. Правове регулювання інформаційної діяльності (ІД). Розвиток законодавства щодо засобів масової інформації (ЗМІ). Інтернет-ЗМІ в Україні.

Основи законодавства України щодо управління ІД, зокрема, Закон України “Про інформацію” – базовий правовий акт у системі регулювання інформаційних відносин в Україні. Правове регулювання інформаційного суверенітету, інформаційного простору та інформаційної безпеки в Україні як важливих елементів управління. Об’єкти і суб’єкти права у сфері інтелектуальної власності. Основні положення Закону України “Про охорону прав інтелектуальної власності”.

- Вивчаючи третє питання, студент має зосередити увагу на поняттях “інформаційна безпека” і “захист інформації” в контексті ІКМ. Інформаційна безпека: ознаки інформаційної небезпеки, обмеження доступу до інформації, адміністративні заходи захисту інформації. Необхідність захисту інформації та заходи щодо цього.

### **Теми рефератів**

1. Інформаційний простір, його межі і можливості в сучасному світі.
2. Інформація, її типологія та функції.
3. Об’єктивність та суб’єктивність інформації.
4. Інформаційно-комунікаційна сфера та її взаємозв’язок з іншими сферами суспільного життя.
5. Розвиток інформаційно-комунікаційного менеджменту як запорука прискорення процесу глобалізації.

## Питання та завдання для самоконтролю

1. З'ясуйте зміст і значення інформаційних відносин у сучасному світі, їх рівень та розвиток в окремих регіонах.
2. Ознайомтесь із законодавчою та правовою базою, що регулює сферу інформаційних відносин.
3. Охарактеризуйте основні поняття процесу інформаційної діяльності.
4. Охарактеризуйте об'єкти і суб'єкти права у сфері інтелектуальної власності.
5. Назвіть та дайте характеристику заходів щодо захисту інформації.
6. Проаналізуйте політику уряду України в сфері захисту інформаційної діяльності.

*Література* [1; 4; 8; 9; 13; 14; 21; 23–26; 29; 35; 46; 60]

## Змістовий модуль III. Менеджмент масових комунікацій

### 7. Засоби масових комунікацій.

### 8. Форми організації ЗМК.

• Під час вивчення першого питання студент має з'ясувати, що інформаційна влада може реалізовуватися через спеціалізовані засоби передавання інформації, які забезпечують єдність волі, цілісність і цілеспрямованість дій великої кількості людей. Ці засоби називають мас-медіа, або засобами масової комунікації (ЗМК).

Історія становлення та функціонування мас-медіа виокремила такі основні концепції діяльності: авторитарну концепцію, “правдиву концепцію”, тоталітарну концепцію, концепцію соціальної відповідальності преси.

Мас-медіа є невід'ємною складовою механізму функціонування демократії, її ціннісних і нормативних засад. Саме ЗМК можуть допомогти індивіду вийти за межі його безпосереднього життєвого досвіду і долучитися до політичної, економічної та духовної діяльності.

• Розглядаючи друге питання, слід зупинитися на визначенні класифікації та типології ЗМК. Мас-медіа за формами організації можуть бути приватними, державними та суспільно-правовими.

Ідеальних форм організації ЗМК не існує. Раціональним є оптимальне співвідношення різних форм залежно від особливостей певної

країни, звичайно, у поєднанні з ефективним контролем за діяльністю ЗМК, здійснюваним на правових засадах.

Структура ЗМК в кожній країні може бути різною. Основне те, щоб усі вони мали рівні права, а інформаційний простір не був надмірно монополізований. Лише тоді ми зможемо говорити про інформаційну владу як справді рівноправну четверту владу поряд із законодавчою, виконавчою та судовою.

### **Теми рефератів**

1. ЗМК: їх місце і роль у сучасному світі.
2. Чинники, що впливають на структуру і характер ЗМК.
3. Структура зареєстрованих в Україні періодичних видань.
4. Характеристика основних типів українських видань.
5. Феномен інформаційного суспільства.
6. Інтернет: переваги та недоліки глобального поширення.

### **Питання та завдання для самоконтролю**

1. З'ясуйте зміст і значення поняття ЗМК, їх класифікацію.
2. Охарактеризуйте ЗМК як спеціалізовані установи для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-якими засобами за допомогою спеціального технічного інструментарію.
3. Охарактеризуйте основні концепції діяльності ЗМК.
4. Розкрийте зміст двох основних доктрин свободи ЗМК — західноєвропейської та північноамериканської.
5. Охарактеризуйте функції та форми ЗМК.

*Література [4; 7; 9; 10; 17; 21; 26; 29; 35; 46; 47; 63]*

### **Змістовий модуль IV. Інформаційно-аналітична функція ІКМ**

9. *Інформаційно-аналітична робота як вид забезпечення управлінської діяльності.*
10. *Аналіз і синтез як види мислення.*
11. *Документальні комунікації та документальні джерела управлінської інформації.*

• Розглядаючи перше питання, студент має з'ясувати, що функціонування будь-якої організації (урядової, бізнесової чи суспільно-політичної структури) прямо і безпосередньо залежить від системи збирання, обробки та аналізу інформації.

З одного боку, інтереси ефективної роботи організації потребують інформаційного забезпечення свого функціонування на основі отримання інформації ззовні, оскільки організація в разі виникнення зовнішніх загроз мусить адекватно на них реагувати.

З другого боку, потрібно відстежувати і внутрішні комунікаційні процеси, які дають підстави робити висновки про стан “здоров’я” організації з точки зору збереження її організаційної єдності та ефективного функціонування.

- Отже, під час організації роботи будь-якої структури виникає безліч проблем, пов’язаних з побудовою інформаційних потоків, які потрібно “замкнути” на згаданий центр прийняття рішень. При цьому бажано врахувати, що інформування, скажімо, президента має бути таким, щоб він отримував справді найважливішу інформацію в необхідних для роботи обсягах. Але водночас не можна допустити, щоб він “захлинувся” в потоках несуттєвої інформації.

Збирання, обробка та інтерпретація інформації – найважливіші етапи, оскільки від вірогідності інформації залежить характер прийнятих рішень, а відтак і ефективність управління будь-яким об’єктом.

- При вивченні третього питання слід зупинитися на класифікації документації залежно від форм, методів і специфіки діяльності організації та джерел управлінської інформації.

### **Теми рефератів**

1. ІКМ як своєрідна “система кровообігу” будь-якої організації, установи або фірми.
2. ЗМК в системі управлінської діяльності політичної організації.
3. Роль ЗМК у формуванні масової свідомості.
4. Взаємозв’язок та взаємозалежність рівня ефективності діяльності ЗМК та ефективного функціонування організації.

### **Питання та завдання для самоконтролю**

1. Охарактеризуйте систему збирання, обробки й аналізу інформації.
2. Які фактори, на вашу думку, є визначальними для ефективного функціонування організації?
3. Охарактеризуйте зовнішні і внутрішні комунікаційні процеси.
4. Розкрийте сутність проблематики, що пов’язана з побудовою інформаційних потоків.

5. Проаналізуйте процес прийняття управлінських рішень.
6. Охарактеризуйте специфіку документальної комунікації та назовіть джерела управлінської інформації.

*Література* [4; 7; 9; 10; 17; 21; 29; 35; 46; 47]

## **Змістовий модуль V. Глобалізація масових комунікацій у сучасному світі**

### **12. Сутність і феномен глобалізації.**

### **13. Інфосфера та глобальні комунікаційні моделі.**

### **14. Становлення національного інформаційного простору України.**

• Термін “глобалізація” став одним з ключових слів сучасності. Проблеми глобалізації ще в 60-х роках ХХ ст. досліджувалися насамперед у галузі екології і технологічних дисциплін. Згодом процеси, пов’язані з глобалізацією, пов’язувалися з такими термінами, як “постмодернізм”, “постіндустріальна епоха”, “техноглобалізм”, “епоха інформаційної революції” тощо. Приєдналися до цієї проблематики і соціологи. Одним з перших використав цей термін американський дослідник Р. Робертсон, який вивчав проблеми соціальної теорії і глобальної культури саме в контексті глобалізації. А питанням глобальної соціальної політики присвятили увагу, зокрема, британські вчені Б. Дікон, М. Халс та П. Стабс.

Виокремлюють кілька підходів у дослідженні суті глобалізації. В одних дослідженнях увага акцентується на економічних аспектах, у других — на формуванні єдиного інформаційного простору, у третіх — на проблемах культури, у четвертих — на питаннях, пов’язаних із розвитком загальносвітових стандартів в усіх галузях суспільного життя тощо.

• Протягом останніх років ХХ — початку ХХІ ст. кардинально змінився світовий ландшафт у сфері масової комунікації. Насамперед це стосується телевізійної сфери, в якій буквально за десятиліття в розвинених країнах був здійснений перехід від однієї телевізійної епохи до іншої.

Революційний перехід до цифрового способу кодування інформації (в бінарній системі числення) зумовив кардинальні зміни в глобальних процесах масової комунікації, в результаті яких ЗМК почали активно використовувати разом з комп’ютерними мультимедіа.

Запровадження нових технологій у згаданих сферах сприяло створенню нового поняття — інформаційна супермагістраль, яка відтворює сучасні процеси і тенденції в галузі інформаційної сфери.

Під інформаційною супермагістраллю треба розуміти інтегральну сукупність глобальних, міжнародних і локальних мереж супутникової бездротової кабельної та наземної комунікації на основі елементів та ресурсів інформаційної інфраструктури.

• З часу проголошення незалежності (1991 р.) в Україні інформаційний простір почав інтенсивно розвиватися, розширюватися. Він і нині є досить мобільним. Насамперед за вісім останніх років майже вдвічі збільшилася кількість друкованих видань різного характеру і змісту. Нині в Україні виходить близько п'яти тисяч періодичних видань, з них понад три тисячі газет, журналів — близько тисячі, бюлетенів — понад сто, альманахів — 43, збірників — 107, додатків — 27, календарів — 3. Із регіональною, загальнодержавною сферами розповсюдження зареєстровано: газет — близько 700, журналів — також 700, бюлетенів — 87, збірників — 92, календарів — 3, альманахів — 24 (загалом понад 1,5 тис.). Обласними комітетами у справах преси та інформації на початок 2003 р. було зареєстровано 3400 видань. Близько 40 періодичних видань виходять в Україні мовами національних меншин — болгарською, угорською, румунською, грецькою, кримськотатарською, німецькою, сербською, вірменською, на івриті та ідиш. Ця преса зосереджена в основному в місцях компактного проживання національних меншин і активно сприяє висвітленню питань і проблем їхнього життя.

Інформаційний простір України фактично за десятиріччя незалежності було сформовано відповідно до основних проблем державотворення, завдань формування самостійної, суверенної держави та інтеграційних світових процесів, які також стосуються України. І хоча його сформованість ще не завершена, вона свідчить про те, що інформаційно-комунікативний простір в Україні склався і діє.

### **Теми рефератів**

1. Історія виникнення терміна “глобалізація” та основні підходи до його тлумачення.
2. Глобалізація як історичний процес та етап розвитку людства.
3. Глобалізація: загроза індивідуальності чи невіддільна ознака сьогодення?
4. Глобалізація і формування єдиного світового простору і часу.
5. Інтернет як технологічна основа глобалізації.

## Питання та завдання для самоконтролю

1. Розкрийте зміст і значення поняття “глобалізація”. Назвіть підходи щодо тлумачення природи глобалізації.
2. Назвіть дисципліни, що вивчають проблеми глобалізації.
3. Охарактеризуйте типологію глобалізації: родову, племінну, етнічну, давньоімперську, монархічну, колоніальну, національну та інтернаціональну.
4. Розкрийте сутність понять “мультимедіа” та “інформаційна супермагістраль” в контексті процесу глобалізації.
5. Проаналізуйте сфери впливу інформаційних потоків.
6. Назвіть етапи становлення національного інформаційного простору України.

*Література* [1; 4; 10; 12; 15; 19; 22; 24; 26; 28; 29; 40; 61; 62]

## Змістовий модуль VI. Рекламний медіа-менеджмент

### **15. Медіа-менеджмент і медіа-планування.**

### **16. Телевізійна, аудіо- та відеореклама.**

### **17. Інтернет-реклама.**

- Ефективність інформаційної діяльності насамперед залежить від медіа-менеджменту, під яким розумітимемо систему заходів щодо планування, розміщення та оцінки ефективності іміджевих або рекламних матеріалів у засобах масової комунікації. Створення оптимального медіа-менеджменту має за мету найкращий шлях до сприйняття суспільною свідомістю розроблених іміджевих або рекламних матеріалів.

Медіа-план не має бути суто механічним поєднанням різних ЗМК. Медіа-планування часто-густо здійснюється на основі поєднання раціональних та ірраціональних (інтуїтивних) компонентів теорії і досвіду.

- Незважаючи на те, що нові інформаційно-комунікаційні технології дедалі більшою мірою впроваджуються у політичну та бізнесову практику, найпотужнішими засобами суспільної комунікації, як уже згадувалося, залишається телебачення. А цілою галуззю, зокрема, політичної реклами стала режисура відеокліпів із закличками на підтримку тих чи інших кандидатів, партій або передвиборних блоків.

- Ефірне телебачення – це найпотужніший і найефективніший засіб політичної комунікації у виборчій кампанії. Форми телевізійної

реклами (кліпи) можуть бути різні й визначаються насамперед тривалістю купленого ефірного часу.

Переваги аудіореклами полягають у найбільшій з усіх ЗМК оперативності й технічній простоті підготовки і поширення інформаційних повідомлень.

Проводове (“кнопочне”) радіо і FM-радіо, яке нині витісняє за рахунок створення FM-радіомереж традиційне стаціонарне радіо, безумовно, є одним з найдоступніших засобів масової комунікації. Ця доступність викликана невисокою ціною радіоприймачів, а також можливістю прийняти радіопередачі не тільки вдома, а й на роботі, в дорозі, на відпочинку.

Це дуже оперативний і емоційний засіб масової комунікації, який може створювати ефект довіри при спілкуванні з аудиторією.

- Реклама в Інтернеті з розвитком Всесвітньої павутини набуває все більшої популярності і, відповідно, ефективності.

На відміну від традиційних мас-медіа та зовнішньої реклами інтернет-реклама має певні переваги й особливості, оскільки поєднує базові характеристики всіх інших видів реклами.

З одного боку, вона використовує традиційний для зовнішньої та пресової реклами візуальний ряд (графічні знаки), з другого — мультимедійні властивості, характерні для теле-, відео-, аудіозасобів масової комунікації.

Із розвитком інформаційно-комунікаційних технологій реклама і PR набувають вигадливіших форм, оскільки з роками стає щораз складніше переконати покупців віддавати перевагу певному товару чи послугам, виборців — голосувати за певного кандидата чи партію. Нині відкриваються принципово нові шляхи впливу на суспільну свідомість, одним з яких є Інтернет.

### **Теми рефератів**

1. Специфіка та особливості функціонування медіа-менеджменту.
2. Структурні елементи медіа-менеджменту.
3. “Реклама — рушійна сила торгівлі!” Сучасне тлумачення вислову.
4. Розвиток медіа-менеджменту та рекламного бізнесу в Україні: проблеми та перспективи.



### **Питання та завдання для самоконтролю**

1. Розкрийте суть і значення медіа-менеджменту в умовах сучасного розвитку PR-технологій.
2. Назвіть і проаналізуйте основні пункти медіа-плану.
3. Охарактеризуйте місце і роль політичної реклами в контексті розвитку телевізійної та відеореклами.
4. Проаналізуйте значення кабельного телебачення під час перед-виборних кампаній.
5. Перелічіть та охарактеризуйте переваги аудіореклами порівняно з іншим видами реклами.
6. Охарактеризуйте специфіку Інтернету як рекламного простору.

*Література* [4; 6; 8; 9; 17; 21; 29; 38; 46; 47]

### **ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ**

1. Інформаційно-комунікаційний менеджмент (ІКМ) як складова менеджменту.
2. Взаємозв'язок ІКМ з теорією управління, теорією інформації, теорією комунікацій.
3. Соціально-психологічні чинники ІКМ.
4. Завдання та значення інформаційно-комунікаційного менеджменту в системі інформаційних відносин організації.
5. Зміст інформаційної діяльності та роль інформаційно-комунікативного менеджменту в їх реалізації.
6. Стан інформаційної сфери та актуальні проблеми побудови інформаційного суспільства в Україні.
7. Інформатизація сфери управління та тенденції розвитку ІКМ.
8. Основні концепції інформаційно-комунікаційного менеджменту.
9. Основні категорії інформаційно-комунікаційного менеджменту.
10. Інформаційні ресурси, основні поняття і визначення. Залежність національної економіки від обсягу, якості і масштабів використання інформаційних ресурсів.
11. Формування інформаційних ресурсів та проблеми якісного управління ними в організації.
12. Державна політика в інформаційній сфері та правове регулювання інформаційної діяльності.

13. Інформаційні комунікації в менеджменті.
14. Поняття і структура комунікативного процесу.
15. Типологія комунікаційних каналів.
16. Методи вдосконалення системи комунікацій в організації.
17. Комунікаційне забезпечення процесу управління організацією.
18. Створення системи інформаційного забезпечення в організації, підходи та характеристика.
19. Мета та функції системи управління внутрішньофірмовою інформацією.
20. Нові інформаційні технології в структурі ІКМ.
21. Методи дослідження інформаційних потреб персоналу.
22. Сутність управлінських рішень та характерні особливості їх інформаційного супроводу.
23. Характеристики інформації щодо програмованих і непрограмованих рішень.
24. Брак інформації як причина виникнення ризику.
25. Оцінка надійності інформації.
26. Документальні комунікації та документальні джерела управлінської інформації.
27. Види інформаційно-аналітичної діяльності.
28. Класифікації оглядово-аналітичної інформації.
29. Специфіка та основні види інформаційного аналізу і синтезу.
30. Види аналітико-синтетичної переробки інформації.
31. Необхідність створення системи інформаційно-аналітичної підтримки діяльності органів управління.
32. Концепція інтелектуальної підтримки рішень.
33. Характеристика принципів організації системи інформаційно-аналітичної підтримки органів управління.
34. Сутність інформаційного забезпечення діяльності органів державного управління.
35. Компоненти системи інформаційного забезпечення державного управління.
36. Структура інформаційних зв'язків у системі інформаційного забезпечення державного управління.
37. PR-заходи в Інтернеті.
38. Менеджмент неформальних комунікацій.
39. Комунікаційні бар'єри
40. Поняття цільової аудиторії.
41. Менеджмент інформаційно-комунікаційних служб.
42. Завдання і функції прес-служб.

43. Організація роботи прес-служб і прес-центрів.
44. Прес-секретар і його функції.
45. Організація прес-конференцій.
46. Інформаційно-аналітичне забезпечення обробки інформації.
47. Оцінка ефективності інформаційної діяльності.
48. Спеціальні заходи прес-служб.
49. Інтернет-реклама як вид соціальної комунікації та її роль в управлінні цільовою аудиторією.
50. Друкована реклама: правила складання рекламних листівок, буклетів, плакатів.
51. Аудіо, теле- та відеореклама.
52. Засоби політичної комунікації.
53. Інформаційно-аналітичне забезпечення обробки інформації.
54. Оцінка ефективності інформаційної діяльності.
55. Становлення прес-служб в сучасній Україні.
56. Організація інформаційного моніторингу.
57. Інформаційна безпека як функція інформаційно-комунікаційного менеджменту.
58. Аналіз інформаційних потреб в організації.
59. Особливості і технологія вибіркового розповсюдження інформації
60. Глобалізація масових комунікацій.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

### *Основна*

1. *Аналітика*, експертиза, прогнозування. — К., 2003.
2. *Антипов К. В., Баженов Ю. К.* Паблік рилейшнз. — М., 2002.
3. *Бєбик В.* Політологія для політика і громадянина. — К., 2004.
4. *Бокарев Т.* Енциклопедія інтернет-реклами. — М., 2000.
5. *Будзан Б.* Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. — К., 2001.
6. *Боумен К.* Основы коммуникативного менеджмента. — М.: ЮНИТИ, 1997. — 175 с.
7. *Ван Дейк Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация. — М., 1989.
8. *Василенко И. А.* Политическая глобалистика. — М., 2003.
9. *Гаджиев К. С.* Введение в геополитику. — М., 2000.
10. *Годин В. В., Корнеев И. К.* Информационное обеспечение управленческой деятельности. — М.: ИНФРА-М, 2001.

11. *Гоян О. Я.* Основи радіожурналістики і радіоменеджменту. — К., 2004.
12. *Дзвінчук Д. І.* Психологічні основи ефективного управління: Навч. посіб. — К.: ЗАТ “Нічлава”, 2000.
13. *Д’Інка В.* Менеджмент ЗМК. Вступ. — К., 2004.
14. *Зернецька О. В.* Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. — К., 1999.
15. *Зверинцев А. Б.* Коммуникационный менеджмент. — СПб., 1997.
16. *Коломієць В.* Міжнародні інформаційні системи. — К., 2001.
17. *Кочетов Э.* Глобалистика как геоэкономика, как реальность, как мироздание. — М., 2001.
18. *Лалл Дж.* Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. — К., 2002.
19. *Лебедева М. М.* Мировая политика. — М., 2003.
20. *Леви-Строс К.* Структурная антропология. — М., 1985.
21. *Леонтьев А. А.* Деятельность. Сознание. Личность. — М., 1974.
22. *Леонтьев А. А.* Язык, речь, речевая деятельность. — М., 1974.
23. *Лотман Ю. М.* Культура как коллективный интеллект и проблемы искусственного разума. — М., 1997.
24. *Макаренко Є. А.* Європейська інформаційна політика. — К., 2000.
25. *Максименко С. Д.* Генетическая психология. — М.; К., 2000.
26. *Ольшанский Д. В.* Политический PR. — СПб., 2003.
27. *Нозль-Нойман Э.* Общественное мнение. Открытие спирали молчания. — М., 1996.
28. *Пахомов Ю. Н., Крымский С. Б., Павленко Ю. В.* Пути и перепутья современной цивилизации. — К., 1998.
29. *Политико-психологический словарь.* — М., 2002.
30. *Политология: Словарь-справочник / М. А. Василик, М. С. Вершинин и др.* — М., 2000.
31. *Політологічний енциклопедичний словник.* — К., 1997.
32. *Почепцов Г. Г.* Элементы теории коммуникаций. — Ровно, 1999.
33. *Почепцов Г. Г.* Паблик рилейшнз для профессионалов. — К., 2001.
34. *Пугачев В. П., Соловьев А. И.* Введение в политологию. — М., 1996.
35. *Роджерс К.* О групповой психотерапии. — М., 1993.

36. *Роль ЗМІ у сприянні європейській інтеграції.* — Європейська комісія, 2001.
37. *Рудестам К.* Групповая психотерапия. — М., 1993.
38. *Соколов А. В.* Общая теория социальной коммуникации. — СПб., 2002.
39. *Сорокин П.* Система социологии. — П., 1920.
40. *Удовик С. Л.* Глобализация: семиотические подходы. — М., 2002.
41. *Урсул.* Информация. Методологические аспекты. — М., 1971.
42. *Уткин А. И.* Глобализация: процесс осмысления. — М., 2001.
43. *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием. — М., 1980.
44. *Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию. — СПб., 1998.
45. *Юнг К. Г.* Психология бессознательного. — М., 1994.
46. *Юнг К. Г.* Архетип и символ. — М., 1991.
47. *Юнг К. Г.* Структура психики и процесс индивидуализации. — М., 1996.

#### *Додаткова*

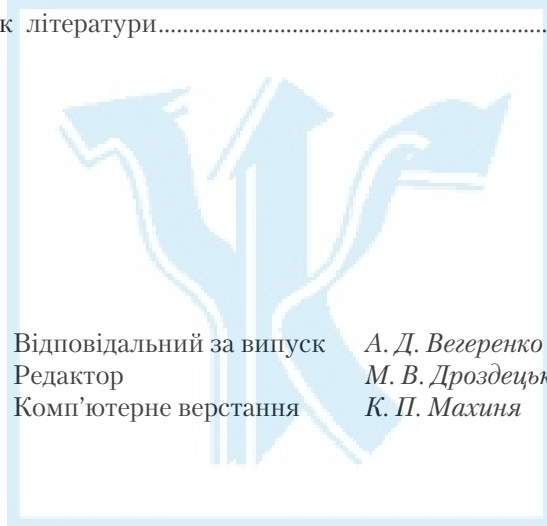
48. *Азроянц Э.* Глобализация: катастрофа или путь к развитию. — М., 2002.
49. *Акофф Р., Эмери Ф.* О целеустремленных системах. — М., 1974.
50. *Бондар Ю.* Свобода слова: українська мірка. — К., 2004.
51. *Ванштейн Г.* Интернет как фактор общественных трансформаций // МЭиМО. — 2002. — № 7.
52. *Винер Н.* Кибернетика и общество. — Л., 1958.
53. *Вовчак І. С.* Інформаційні системи та комп'ютерна техніка в менеджменті: Навч. посіб. — Тернопіль: Карт-бланш, 2004. — 354 с.
54. *Гулыга А.* Миф как социальная проблема // Античная культура и современная наука. — М., 1985.
55. *Дікон Б., Халс М., Стабс П.* Глобальна соціальна політика. Міжнародні організації й майбутнє соціального добробуту. — К., 1999.
56. *Энциклопедія постмодернізму /* За ред. Чарлза Е. Вінквіста та Віктора Е. Тейлора. — К., 2003.
57. *Європейські стандарти в галузі свободи слова.* — К., 2002.
58. *Кондорсе Ж. А.* Эскиз исторической картины прогресса человеческого разума // Философия истории: Антология. — М., 1994.

59. *Малиновский Б.* Магия, наука и религия. — М., 1998.
60. *Пахомов Ю.* Україна і Росія на хвилях глобалізації. Економічний аспект // Політична думка. — 1998. — № 2.
61. *Петров И.* Глобализация как феномен эпохи постмодерна // Международная жизнь. — 2003. — № 9–10.
62. *Саган К.* Драконы Эдема. Рассуждения об эволюции человеческого мозга. — М., 1986.
63. *Семків В., Іванів Д.* “Нет” каже “Так” // Україна молода. — 2004. — № 189.
64. *Сморгунов Л. В.* Политическое управление в глобализирующемся мире // Перспективы человека в глобализирующемся мире / Под ред. В. В. Парцваня. — СПб., 2003.
65. *Тиллих П.* История и Царство Божие // Философия истории: Антология. — М., 1994.
66. *Тимофеев Т.* Виклики ХХІ століття — дебати про альтернативи // Політична думка. — 1999. — № 4.
67. *Харше Р.* Глобализация и процесс изменения границ в международных отношениях // Восток — Запад. Региональные подсистемы и региональные проблемы международных отношений. — М., 2002.
68. *Цісак В.* Трансформація преси в Україні та Польщі в контексті суспільних змін (1989–1999). — К., 2000.
69. *Якобсон Р.* Лингвистика и поэтика // Структурализм: “за” и “против”. — М., 1975.

МАУП

## ***ЗМІСТ***

Пояснювальна записка .....	3
Тематичний план дисципліни “Інформаційно-комунікаційний менеджмент” .....	6
Методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни “Інформаційно-комунікаційний менеджмент” .....	7
Питання для самоконтролю.....	17
Список літератури.....	19



Відповідальний за випуск *А. Д. Вегеренко*  
Редактор *М. В. Дроздецька*  
Комп'ютерне верстання *К. П. Махія*

**МАУП**

Зам. № ВКЦ-3574

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)

03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП