

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
з дисципліни

«МІЖНАРОДНА МЕДІЙНА АНАЛІТИКА»

рівень вищої освіти	другий (магістерський)
галузь знань	29 «Міжнародні відносини»
спеціальність	291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»
освітньо-професійна програма	Міжнародні відносини та регіональні студії: європеїстика
вид дисципліни	обов'язкова
факультет	міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: к.е.н., доц. Баранова В.В.

2020/ 2021 навчальний рік

I. Навчальний контент

Тема 1. Міжнародна інформація як складова глобальної комунікації

Основи теорії інформації. Загальні властивості інформації. Основні види інформації в суспільстві. Джерела інформації: види та класифікація. Масова інформація та її види. Функції масової інформації. Специфічні властивості масової інформації. Міжнародна інформація: поняття, зміст і функції. Міжнародні відносини в галузі інформації. Принципи моделювання інформаційного простору. Інформаційні канали та особливості розвитку сучасних медіа. Процес безперервного зростання ролі інформації в соціальному та технічному прогресі, вирішенні глобальних проблем.

Інформаційна складова комунікативних технологій. Типи комунікації щодо інтенсивності та змісту. Медійні ресурси комунікативних технологій. Загальна оцінка інформаційного вибуху, його основні етапи, причини та наслідки.

Інструментарій комунікативної дії та протидії. Стратегії трансформації інформації. Фактори підвищення ефективності медіа-технологій. Технології управління інформаційним простором.

Інформаційний продукт та інформаційні послуги в контексті міжнародних відносин. Міжнародна інформаційна діяльність. Доступ до інформації в розвинених країнах Європи, США і Канади. Світовий інформаційний ринок.

Тема 2. Медійна аналітика як засіб одержання знань. Інформаційно-аналітичний процес: суть, принципи, інструментарій

Інформаційна аналітика як засіб одержання знань. Загальна характеристика поняття «аналітика», «аналітична діяльність». Характеристика вимог щодо аналітичної роботи.

Види інформаційно-аналітичних робіт. Документ. Аналітична записка. Аналітичний звіт. Аналітичний огляд. Аналітична довідка.

Методика написання аналітичної роботи. Цілі, етапи та методики проведення системного аналізу. Правило «п'яти сторінок».

Інформаційно-аналітичний процес: суть та принципи. Інформаційний пошук.

Проблема «пастки часу» і засоби її подолання.

Тема 3. Інформаційне суспільство: сутність, концепції та державне регулювання

Поняття «інформаційне суспільство». Концепції глобального інформаційного (постіндустріального) суспільства Д. Белла, М. Кастельса, Е. Тофлера, Й. Масуди, Зб. Бжезінського, Д. Нейсбітта та ін.

Основні критерії та ознаки інформаційного суспільства. Становлення і розвиток інформаційного суспільства, його об'єктивні основи розвитку та взаємодії з сучасними інформаційними і телекомунікаційними технологіями.

Інформаційне середовище: суть та основні поняття. Види предметних сфер інформаційного середовища.

Роль органів влади у формуванні інформаційного суспільства. Правове забезпечення розвитку інформаційного суспільства. Передумови переходу України до інформаційного суспільства. Особливості й можливі шляхи розбудови інформаційного суспільства в Україні. Оцінка результатів руху до інформаційного суспільства.

Тема 4. Інформаційні ресурси та інформаційні потреби

Поняття та класифікація інформаційних ресурсів. Інформаційна потреба: сутність та її місце в ієрархії соціальних потреб. Види інформаційних потреб. Динаміка інформаційних потреб та фактори їх розвитку.

Основні методи дослідження інформаційних потреб. Інформаційна продукція та інформаційні послуги. Основні категорії споживачів інформації. Інформаційна культура споживачів інформації. Світова практика інформаційної освіти.

Тема 5. Інформаційно-аналітична діяльність в міжнародних відносинах

Специфіка інформаційно-аналітичної діяльності в міжнародних відносинах. Формулювання основних завдань міжнародної інформаційно-аналітичної роботи.

Сутність та значення інформаційно-аналітичних центрів як ключових елементів вироблення інформаційної стратегії держав на міжнародній арені. Типологія та загальна характеристика світових інформаційно-аналітичних центрів. Етапи становлення «фабрики думок». Основні функції та методи діяльності сучасних «мозкових центрів». Основні тенденції розвитку сучасних інформаційно-аналітичних центрів. Тенденції у розвитку «мозкових центрів» в Україні.

Головні завдання та функції інформаційно-аналітичної роботи в міжнародних відносинах.

Тема 6. Міжнародна медійна (інформаційна) діяльність

Міжнародна інформаційна діяльність: поняття, види та її основні напрями. Мета та функції міжнародної інформаційної діяльності. Міжнародні договори і угоди в галузі інформації.

Роль міжнародної інформації в системі ООН. Діяльність Комітету ООН з інформації. Основні функції Департаменту суспільної інформації ООН. Інформаційна діяльність ООН на сучасному етапі. Роль ЮНЕСКО у вирішенні світових інформаційних проблем. Інформаційна діяльність світових та регіональних міжнародних організацій.

Тема 7. Мас-медіа у сучасному світі: політичні реалії та перспективи розвитку

Феномен комунікаційного процесу. Поняття масової інформації. Специфіка засобів масової комунікації. Інформаційні, рекламні та PR-агентства в системі ЗМК. Політичний, правовий, економічний, соціологічний та культурний аспекти вивчення засобів масової комунікації. Оцінка ефективності засобів масової комунікації.

Концепція засобів комунікації Н. Лумана. Концепція комунікативної раціональної влади Ю. Хабермаса. Комунікативний підхід у концепції влади Т. Парсонса. Феномен Public Relations (PR) у сучасному суспільстві. Поняття «Public Relations». Дві складові PR. Public Relations як функція управління та його зв'язок з маркетингом і брендінгом. Базові цілі у сфері PR-діяльності. Відмінності PR від пропаганди.

Глобалізація засобів масової комунікації. Нові інформаційні технології. Інтернет. Інтернеткористування. Параметри планування: охоплення, якість аудиторії, зміст сайту, формат. Нове інтерактивне середовище – нова якість розуміння аудиторії – новий підхід до медіапланування. Макро та мікроаналітичні моделі транзактного медійного планування нових медіа.

Тема 8. Оцінка і контроль ефективності медіа-плану при створенні медійної реклами

Створення медіаплану для рекламної кампанії. Медіа-бриф. Основні характеристики, терміни і структура медіаплану. Підходи при медіапланування. Методика досліджень ефективності медіапланування.

Тема 9. Інформаційні війни та інформаційна безпека

Виникнення терміна «інформаційна війна». Завдання і мета інформаційних війн. Методи і способи ведення інформаційних війн. Історія розвитку технології ведення інформаційної війни. Покоління сучасних інформаційних війн. Види інформаційних війн: психологічна війна, кібервійна, мережна війна, ідеологічна диверсія, радіоелектронна боротьба тощо. Форми ведення інформаційної боротьби у сучасних інформаційних війнах. Інформаційна війна та майбутнє України.

Поняття та сутність інформаційної безпеки країни. Механізм забезпечення національної інформаційної безпеки. Державна політика України в сфері національного інформаційного простору. Національні інтереси в інформаційній сфері. Політика формування національного інформаційного простору. Інформаційна безпека у сучасному світі. Стратегія інформаційної безпеки. Класифікація інформації за ступенем її таємності. Безпека інформації в комерційних мережах. Міжнародний аспект захисту інформації.

Рекомендоване методичне забезпечення

Основна література

1. Боднар І.Р. Міжнародна інформація: навч.-метод. посіб. для самост. вивчення курсу / І.Р. Боднар. – Л.: Львів. комерц. акад., 2003. – Ч.І. – 108 с.
2. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Эксмо, 2003. – 832 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура : пер. с англ. под ред. О.И. Шкаратана / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
4. Кормич Б.А. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи: навч. посіб. / Б.А. Кормич. – К.: Кондор, 2004. – 384 с.
5. Королько В.Г. Основы публич рилейшнз / В. Г. Королько. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 528 с.
6. Кудрявцева С.П. Міжнародна інформація: навч. посіб. / С.П. Кудрявцева, В.В. Колос. – К.: Вид. Дім “Слово”, 2005. – 400 с.
7. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика / Є.А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 367 с.
8. Макаренко Є.А. Інформаційне суспільство, політика, право в програмній діяльності ЮНЕСКО: моногр. / Є.А. Макаренко. – К.: Наша культура і наука, 2000. – 384 с.

9. Петрик В.М. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій: навч. посіб. / В.М. Петрик, В.В. Остроухов та ін. – К.: Росава, 2006. – 208 с.
10. Почепцов Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000. – 576 с.
11. Почепцов Г.Г. Інформаційна політика / Г.Г. Почепцов. – К. : Знання, 2006. – 663 с.
12. Тадеев А.А. Информационное право: учеб. / А.А. Тадеев. – М.: Эксмо, 2005. – 464 с.
13. Юдін О.К. Інформаційна безпека держави: навч. посіб. / О.К. Юдін, В.М. Богуш. – Х.: Консум, 2005. – 576 с.

Допоміжна література

1. Богданова М.Е. Система моделей медиапланирования // Экономические науки. – 2010. – № 1. – С. 439-444.
2. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы: Пер. с нем. – Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2007.
3. Качалов М. PR-медиапланирование. Введение в специальность // Советник. – 2009. – № 11. – С. 42-44.
4. Назайкин А. Эффективный медиаплан // Рекламодатель: теория и практика. – 2008. – № 2. – С. 43-56.

Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. <http://www.GRP.ru> – сайт Медіапланування по GRP
2. <http://www.mediaplan.ru> – сайт Теорія та практика медіапланування
3. <http://www.mediaplanning.com.ua> – сайт Медіапланування
4. <http://www.rmh.ru> – сайт дослідного холдінгу ROMIR Monitoring
5. <http://www.sostav.ru> – сайт про медіавиміри

II. Плани практичних (семінарських) занять, завдання для лабораторних робіт, самостійної роботи

Зміст практичних (семінарських) занять та самостійної роботи
<i>Тема 1. Міжнародна інформація як складова глобальної комунікації</i> - охарактеризувати інструментарій комунікативної дії та протидії; - провести порівняльний аналіз доступу до інформації в розвинених країнах Європи, США і Канади; - підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.

<i>Тема 2. Медійна аналітика як засіб одержання знань. Інформаційно-аналітичний процес: суть, принципи, інструментарій</i> - скласти аналітичний огляд інформаційного продукту (на вибір) України; - скласти аналітичний огляд інформаційного продукту будь-якої європейської країни (на вибір); - підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.
<i>Тема 3. Інформаційне суспільство: сутність, концепції та державне регулювання</i> - охарактеризувати концепції глобального інформаційного (постіндустріального) суспільства Д. Белла, М. Кастельса, Е. Тофлера, Й. Масуди, Зб. Бжезінського, Д. Нейсбітта; - підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.
<i>Тема 4. Інформаційні ресурси та інформаційні потреби</i> - охарактеризувати ринок інформаційних потреб України та розглянути його динаміку; - підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.
<i>Тема 5. Інформаційно-аналітична діяльність в міжнародних відносинах</i> - розглянути тенденції розвитку «мозкових центрів» в Україні; - розглянути тенденції розвитку «мозкових центрів» будь-якої країни (на вибір); - підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.
<i>Тема 6. Міжнародна медійна (інформаційна) діяльність</i> - охарактеризувати інформаційну діяльність світових та регіональних міжнародних організацій; підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.
<i>Тема 7. Мас-медіа у сучасному світі: політичні реалії та перспективи розвитку</i> - охарактеризувати концепцію засобів комунікації Н. Лумана; - охарактеризувати концепцію комунікативної раціональної влади Ю. Хабермаса; - охарактеризувати комунікативний підхід у концепції влади Т. Парсонса; - охарактеризувати феномен Public Relations (PR) як функцію управління та його зв'язок з маркетингом і брендингом; підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.

питань.
<i>Тема 8. Оцінка і контроль ефективності медіа-плану при створенні медійної реклами</i> - підготувати медіаплан для рекламної кампанії; підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.
<i>Тема 9. Інформаційні війни та інформаційна безпека</i> - охарактеризувати види інформаційних війн: психологічна війна, кібервійна, мережна війна, ідеологічна диверсія, радіоелектронна боротьба; - охарактеризувати національні інтереси в інформаційній сфері України; - охарактеризувати національні інтереси в інформаційній сфері будь-якої країни; підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.

III. Питання, задачі, завдання або кейси для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти, для контрольних робіт, передбачених навчальним планом, після атестаційного моніторингу набутих знань і вмінь з навчальної дисципліни

Контрольна робота не передбачена навчальним планом.

Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на семінарських та практичних заняттях відповідно до контрольних цілей. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи.

Поточний контроль і оцінювання результатів навчання передбачає виставлення оцінок за всіма формами проведення занять:

- контроль та оцінювання активності роботи студента під час лекційних, семінарських/практичних занять;
- контроль та оцінювання якості підготовки та розробки проектних завдань;
- контроль засвоєння теоретичного/практичного матеріалу;
- контроль та оцінювання вмінь вирішувати розрахункові, ситуаційні та евристичні задачі;
- контроль та оцінювання вмінь проводити дослідження та презентувати їх.

Підсумковий контроль засвоєння матеріалу здійснюється по їх завершенню на основі проведення поточної контрольної роботи за темами. Завданням контролю є оцінювання знань, умінь та практичних навичок студентів, набутих під час вивчення тем.

Семестровий підсумковий контроль проводиться відповідно до навчального плану у вигляді семестрового заліку в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеному даною програмою дисципліни.

Застосовуються такі методи контролю підготовки студентів:

- усні відповіді на семінарських заняттях;
- письмового експрес-контролю;
- виконання творчих завдань;
- розв'язування ситуаційних задач.

Оцінка успішності студента є рейтинговою і виставляється за багатобальною шкалою з урахуванням оцінок засвоєння окремих тем.

Критерії оцінювання:

- усні відповіді на семінарських заняттях – 2 б.
- письмовий експрес-контроль – 2 б.
- виконання творчих завдань, презентацій та виступів – 2-3 б.

При вивченні кожної теми проводиться поточний контроль у формі усного опитування та виступів студентів. Студент може отримати від 1 до 7 балів за кожну тему. **Максимальна кількість балів поточного контролю – 60 балів.**

Якщо здобувач вищої освіти з поважної причини (та у інших випадках, що не суперечать Положенню про організацію освітнього процесу в Харківському національному університеті ім. В. Н. Каразіна) був відсутнім на семінарських заняттях, то в нього є можливість отримати додаткові бали за умови виконання індивідуального завдання. Форма виконання – творче завдання на тему: «Створення медіа плану за допомогою медійних ресурсів та просування його на міжнародному ринку».

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення заліку. Зміст залікового білету передбачає успішне виконання тестових завдань. **Загальна (максимальна) кількість балів за успішне виконання залікового завдання – 40 балів.** Час виконання – до 45 хвилин.

IV. Завдання семестрових екзаменів (письмових залікових робіт)

При вивченні кожної теми проводиться поточний контроль у формі усного опитування та виступів студентів. Студент може отримати від 1 до 7 балів за кожну тему. Максимальна кількість балів при поточному контролі – 60 балів.

Максимальна кількість балів за залік складає 40 балів. Відповідно, максимальна кількість набраних балів по вивченню дисципліни складає 100 балів.

Форма контролю – залік. В білеті 3 питання, кожне з яких оцінюється у 10-10-20 балів.

Питання до заліку з дисципліни «Міжнародна медійна аналітика»

1. Зміст процесу комунікації його етапи.
2. Теорія масової комунікації та її зв'язок з іншими науками.
3. Основи теорії інформації.
4. Основні види інформації в суспільстві.
5. Масова інформація та її види.
6. Функції масової інформації.
7. Специфічні властивості масової інформації.
8. Інформаційні канали та особливості розвитку сучасних медіа.
9. Медійні ресурси комунікативних технологій.
10. Специфіка засобів масової комунікації.
11. Інформаційні, рекламні та PR-агентства в системі ЗМК.
12. Види масової комунікації.
13. Поняття вербальної комунікації і її форми.
14. Інформаційні канали та особливості розвитку засобів масової комунікації в сучасних умовах.
15. Державне регулювання інформаційного простору України.
16. Інформаційна концепція комунікації.
17. Медіапланування як інтегрована комунікація.
18. Соціологічні, психологічні та культурологічні складові аналізу практики медіапланування як комунікативної технології.
19. Історія досліджень медіавпливу.
20. Інформація та формування громадської думки: когнітивний аспект.
21. Медіатекст: конструювання позитиву чи негативу.
22. Поняття медіапланування, медіаканал і медіаносій.
23. Медіапланування як складова рекламної кампанії.
24. Методика досліджень ефективності медіапланування.
25. Економічні переваги Інтернету перед традиційними ЗМІ.
26. Міжнародна інформаційна політика держав.
27. Порівняння державного регулювання інформаційного простору країн.
28. Глобалізація засобів масової комунікації.
29. Характеристика міжнародних мас-медіа.
30. Інформаційні війни та інформаційна безпека в міжнародному аспекті.

V. Особливості навчання за денною формою в умовах подовження дії обставин непоборної сили (в тому числі запровадження карантинних обмежень через пандемію)

В умовах дії карантинних обмежень освітній процес в університеті здійснюється за змішаною формою навчання, а саме:

- дистанційно (за затвердженим розкладом занять) на платформі Zoom проводяться всі лекційні заняття;
- дистанційно на платформі Zoom та Classroom проводяться практичні/семінарські, індивідуальні заняття та консультації, контроль самостійної роботи;
- аудиторно (за затвердженим розкладом занять) в обсязі у відсотках від відведених аудиторних годин практичних/семінарських занять за робочими начальними планами (проводяться до 10%) у навчальних групах кількістю до 20 осіб з урахуванням відповідних санітарних і протиепідемічних заходів.

Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких карантинних обмежень з заборonoю відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість (за заявою, погодженою деканом факультету) скласти залік в тестовій формі дистанційно на платформі Classroom.

Приклад залікового білету

Харківський національний університет імені В.Н Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Освітньо-кваліфікаційний рівень

магістерський

Спеціальність

291 «Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні
студії»

Семестр

3

Форма навчання

денна

Навчальна дисципліна

Міжнародна медійна аналітика

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

1. Характеристика масової інформації та її видів. (10 балів)
2. Розкрити значення «медіапланування» як інтегрованої комунікації.
(10 балів)
3. Характеристика інформаційної безпеки України. (20 балів)

Затверджено на засіданні кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

Протокол № 1 від «28» серпня 2020 року

Завідувач кафедри

(підпис)

А.Ю. Парфіненко

(прізвище та ініціали)

Екзаменатор

(підпис)

В.В. Баранова

(прізвище та ініціали)