

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО  
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД «МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**



**НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА**

**ДИСЦИПЛІНИ**

**«Сучасні інформаційно-комунікативні  
технології у соціальній сфері»**

**(для магістрів)**

**МАУП**

Київ 2016

Підготовлено професором кафедри соціології та соціальної роботи Поповим В.Ж.

Затверджено на засіданні кафедри соціології та соціальної роботи (протокол № 8 від 29.03. 2016 р.)

Схвалено Вченою радою Українсько-Азербайджанського Інституту соціальних наук і самоврядування Г.А. Алієва (протокол № 9 від 29.04.2016 р.)

**Попов В.Ж.** Навчальна програма дисципліни «Сучасні інформаційно-комунікативні технології у соціальній сфері» (для магістрів). – К.:МАУП, 2016 – 25 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, тематичний план, зміст дисципліни «Сучасні інформаційно-комунікативні технології у соціальній сфері», питання для самоконтролю, теми рефератів, а також список літератури.

©Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2016

## ***ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА***

Інформація є одним з елементів соціального управління. Вона забезпечує підготовку управлінського впливу тим, що, внаслідок повноти та об'єктивності, гарантує прийняття ефективного рішення та вагомі результати його реалізації. В період розвитку ринкової економіки та демократичного суспільства в Україні наявність безлічі інформаційних потоків потребує від урядовців вмінь та навичок, спрямованих на ретельний відбір виключно доленосної інформації, яка здатна сформувати в уявленні державних структур реальну ситуацію у суспільстві. На порядку денному зараз постало питання створення в масштабах всієї країни єдиних баз даних, спільної інформаційної мережі всіх рівнів державного управління та місцевого самоврядування, масового переходу до електронного документообігу, введення дистанційного обслуговування відвідувачів державних установ. Таким чином, проблема вдосконалення використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у соціальній сфері набуває на сучасному етапі пріоритетного значення.

За кілька останніх десятиліть державні установи, громадські організації, а за ними і політичні партії відчували на собі вплив громадської думки, тому нераціональна система взаємовідносин з цільовою і потенційно-цільовою громадськістю обумовлює неминучу втрату іміджевих позицій у соціальному, управлінському, політичному, та маркетинговому середовищі. Для збереження або здобуття привабливих комунікативних позицій в жорстких сучасних умовах необхідно дотримуватись принципів відкритості, своєчасно реагувати на зміни в очікуваннях громадськості. Фахівці-соціальні працівники повинні професійно реагувати на виклики часу, в тому числі в інформаційній галузі.

Серед чинників, що останнім часом формують діяльність суб'єктів соціальної сфери, та зокрема їх дії зі зв'язків з громадськістю, можна

назвати: високу інтерактивність суспільства, підвищення вимог до соціально-етичної діяльності установ, державних діячів та службовців, розповсюдження нових інструментів комунікацій тощо. Для соціальної сфери, в умовах її недостатнього фінансування, першочергове значення має громадська підтримка. В умовах набуття все більшої популярності соціальними комп'ютерними мережами, соціальний працівник не може плідно виконувати свої службові обов'язки, не використовуючи того потенціалу для вивчення соціальної ситуації у місті, регіоні, державі, який надають соціальні мережі. Тому вміння підходити до феномену соціальних мереж з наукових позицій є обов'язковою складовою підготовки фахівця у вищій школі.

У якості **предмету** вивчення дисципліни розглядаються головні напрямки інформатизації сучасного суспільства, всіх його систем; особливості взаємодії суб'єктів та об'єктів управління в інформаційному просторі; практичні варіанти вирішення проблеми застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій на всіх етапах функціонування соціальної сфери суспільства.

**Мета** вивчення дисципліни: сформувати вміння, навички щодо загальної професійної підготовки за напрямками діяльності (інформаційної, психологічної, комунікаційної, управлінської, аналітичної, культурної, соціологічної, науково-дослідної), а також розширити та поглибити знання студентів в області теорії та практики сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

**Навчальні завдання** дисципліни:

- визначити сутність інформації як головного чинника виваженості та ефективності управлінських рішень;
- показати основні ознаки управлінської інформації;
- обґрунтувати необхідність опрацювання всіх наявних джерел інформації;

- сформулювати основні напрямки розвитку сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у соціальній сфері;
- сформувати необхідні знання та вміння аналізувати численні інформаційні матеріали;
- ознайомити з процесом розробки стратегії і тактики поведінки в умовах конфліктних, надзвичайних ситуацій, та зі специфікою інформування у цьому випадку посадових осіб;
- визначити сучасні проблеми в оволодінні інформаційно-комунікаційними технологіями;
- забезпечити засвоєння студентами основ управління процесом отримання, збереження та розповсюдження інформації;
- навчити студентів впровадженню до практики технологій, спрямованих на удосконалення відбору та використання інформації;
- визначити головні форми інформування населення;
- розробити технологію консультування соціальних кадрів;
- продемонструвати процес формування інформаційних ресурсів;
- розглянути поняття баз даних;
- ознайомити з засобами обробки інформації.

МАУП

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН  
ДИСЦИПЛІНИ**

**СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ  
ТЕХНОЛОГІЇ У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ**

№ з/п	Назва змістового модуля і теми
Змістовий модуль 1. Теоретичні аспекти комунікативних технологій	
<i>Тема 1</i>	Основи інформаційного забезпечення соціального управління
<i>Тема 2</i>	Джерела та роль управлінської інформації
<i>Тема 3</i>	Інформаційні ресурси управління у соціальній сфері
<i>Тема 4</i>	Соціальні дослідження у комп'ютерних мережах
<i>Тема 5</i>	Методологія і методика соціальної комунікації
<i>Тема 6</i>	Управління процесом соціальної комунікації
Змістовий модуль 2. Практичні аспекти комунікативних технологій	
<i>Тема 7</i>	Професійна діяльність PR-фахівця у сфері соціальної роботи
<i>Тема 8</i>	Планування процесу комунікації
<i>Тема 9</i>	Класифікація та створення інформаційних приводів
<i>Тема 10</i>	Технології застосування спеціальних методів комунікації
<i>Тема 11</i>	Методологія оцінки ефективності комунікації
<i>Тема 12</i>	Створення сприятливого середовища для соціальної роботи
	Разом годин: 180

**ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ**  
**СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ**  
**ТЕХНОЛОГІЇ У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ**

***ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ***  
***КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ***

**ТЕМА 1.**  
**ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**  
**СОЦІАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ**

Визначення, сутність та значення інформації у людському суспільстві. Інформація як ключовий елемент соціального управління. Зміст управлінських процесів. Поняття управлінської інформації.

Класифікаційні ознаки управлінської інформації. Офіційна та неофіційна, загальна та галузева, горизонтальна та вертикальна інформація. Інформація за змістом та призначенням, за можливими соціальними наслідками, ступенем досяжності. Інформація про минуле, сучасне та майбутнє.

Дворівнева типологія інформації. Методи запобігання необ'єктивної оцінки інформації. Ознаки інформації для структурних підрозділів: функціональне призначення, відношення до керівництва, зв'язок з зовнішнім середовищем, логічний зміст, фізична форма, процедура та ступінь перетворення. Джерела інформації, її якісні та кількісні показники.

**Література:** [1, 4, 11, 16, 17, 22, 24, 25, 37, 39]

**ТЕМА 2.**  
**ДЖЕРЕЛА ТА РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

Загальна характеристика джерел інформації. Законодавчі норми. Вказівки керівних органів. Звернення громадян до владних установ. Результати перевірок. Екстремальні ситуації.

Необхідність попередньої розробки алгоритму управлінських дій. Значення використання первинної інформації в конфліктній ситуації. Незалежні експертні висновки, аналіз позицій сторін. Проблеми з інформацією у надзвичайній ситуації.

Актуальність, достовірність, достатність, доступність та автентичність інформації. Інформаційна система державного та місцевого управління.

Обов'язки органів місцевого самоврядування у сфері зв'язків з громадськістю. Формування інформаційних ресурсів, негайне надання необхідної інформації, збереження інформації, забезпечення таємниці.

Фінансування та економічне регулювання інформаційної діяльності у соціальній сфері.

**Література:** [4, 5, 10, 11, 14, 15, 17, 23, 24, 25, 28, 41]

### **ТЕМА 3.**

## **ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ УПРАВЛІННЯ У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ**

Зовнішні та внутрішні інформаційні потоки. Оброблена та необроблена інформація. Інформаційний потік від населення – листи, скарги, заяви, звернення. Інформаційний потік від організацій та підприємств – соціальна, економічна, юридична, організаційна, довідкова інформація.

Поняття інформаційного ресурсу. Бази даних. Забезпечення актуальності інформації. Введення, виведення та обробка інформації. Збереження та передача інформації. Інформаційне забезпечення населення.

Планування та координація інформаційного забезпечення. Створення єдиного інформаційного поля. Подвійне застосування



інформаційних ресурсів. Паперові та електронні носії та засоби обробки інформації. Інформатизація традиційних та перспективних завдань.

Перший, другий та третій рівень баз даних. Переведення баз даних у режим колективного користування. Аналітичні матеріали баз даних.

**Література:** [1, 4, 11, 12, 14, 15, 17, 22, 28, 32, 39]

#### **ТЕМА 4.**

##### **СОЦІАЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ У КОМП'ЮТЕРНИХ МЕРЕЖАХ**

Необхідність аналізу інформації у комп'ютерних мережах.

Головні напрямки досліджень комп'ютерних соціальних мереж. Структурний підхід. Проблема визначення спільнот у соціальній мережі. Диференціація учасників за допомогою ресурсного підходу. Аналіз змісту соціальних мереж. Види аналізу контенту мережі. Аналіз загальної інформації. Сенсорний та потоковий аналіз. Аналіз мультимедійної та текстової інформації. Нормативний аналіз.

Соціальна мережа як інструмент для виявлення експертів. Інформаційні брокери. Динамічний підхід до аналізу.

Прогнозування формування зв'язків у соціальних мережах. Будівництво структурних та реляційних моделей. Характеристика специфіки найкрупніших соціальних мереж: Facebook, LinkedIn, ВКонтакте, Twitter, Однокласники.ru, YouTube. Моделі аналізу соціальних мереж. Визначення рівня довіри, моделювання взаємодії та процесів у мережі.

**Література:** [4, 10, 11, 25, 28, 29, 32, 35, 36, 37, 41]

#### **ТЕМА 5.**

##### **МЕТОДОЛОГІЯ ТА МЕТОДИКА СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Структура органів соціальної сфери, її вплив на організацію зв'язків з громадськістю. Головні проблеми соціальної сфери. Переваги та недоліки

недержавного PR. Функції та завдання зв'язків з громадськістю у соціальній сфері.

Формулювання соціальної місії організації. Доведення її до всіх цільових груп громадськості. Головні принципи соціальної комунікації: принцип довіри, принцип соціального служіння, принцип відкритості та прозорості, принцип довгострокових взаємовідносин, принцип ефективності, компетентності, етичності.

Забезпечення досяжності загальної та корпоративної інформації, пов'язаної з діяльністю організації. Створення інформаційної мережі, залучення керівництва до співробітництва.

Групи і рівні громадськості у соціальній сфері. Внутрішня та зовнішня громадськість. Прямі та непрямі сегменти аудиторії. Розподіл громадськості за впливом та за інтересами.

**Література:** [6, 7, 8, 9, 13, 19, 20, 21, 26, 30, 31]

## **ТЕМА 6.**

### **УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Характеристика зв'язків з громадськістю як відкритої системи. Теорія управління PR. Якість спеціаліста соціальної сфери у зв'язках з громадськістю – стратегічне мислення, розуміння реальних потреб, чітке формулювання завдань, здатність до вимірювання результатів.

Етапи вирішення PR – проблеми: використання засобів комунікації; ефективність комунікації; складання повідомлення. Аналіз ситуації, трансформація інформації в програму діяльності, досягнення конкретних змін. Періодична корекція курсу з урахуванням зворотної інформації.

Моніторинг соціального оточення. Тактика поширення й ефективність PR-повідомлень. Правове забезпечення зв'язків із громадськістю в Україні. Характеристика основних законодавчих актів. Порівняльна характеристика зв'язків із громадськістю, пропаганди і реклами. «Чорна», «біла» та «сіра»

пропаганда. Проблема аудиторії в масовій комунікації. Головні помилки при виборі аудиторії.

**Література:** [8, 9, 13, 18, 24, 26, 34, 38, 41]

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

### **ТЕМА 7.**

#### **ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ PR-ФАХІВЦЯ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ**

Функції та роль PR-фахівця у соціальній роботі. Основні професійні вимоги до PR-фахівця у комерційних та некомерційних установах. Особливість статусу PR-фахівця у неурядових організаціях, значення наявності соціального капіталу.

Якості PR-професіонала. Здатність до ньюсмейкерства – головна професійна риса PR-фахівця. Креативність у роботі в соціальній сфері, її значення. Приклади найбільш вдалих соціальних програм та проектів.

Кодекс професійної етики PR. Афіньський та Лісабонський кодекси.

Завдання PR-фахівця в організації. Збирання, контроль, аналіз, обробка та розповсюдження інформації.

**Література:** [1, 3, 4, 6, 8, 13, 21, 30, 34, 40]

### **ТЕМА 8.**

#### **ПЛАНУВАННЯ ПРОЦЕСУ КОМУНІКАЦІЇ**

Планування в PR: визначення проблеми, планування та програмування, дія та комунікація, оцінка програми. Стратегічне планування. Види та особливості тактичного планування. Планування стандартних подій. Особливості планування нестандартних подій.

Принципи розробки PR-програми. Формулювання мети, яка передбачає поєднання приватних та громадських інтересів. Аналіз

ставлення громадськості до організації на репрезентативному матеріалі. Вивчення даних аналізу. Використання засобів розповсюдження інформації. Відповідність цілей програми та засобів її реалізації.

Визначення соціальних груп, які будуть об'єктами впливу. Аналіз їх думки стосовно організації. Виявлення причин конкретної думки. Компоненти програми: організація, аргументація, методи переконання, публіситі.

**Література:** [6, 7, 8, 9, 18, 20, 24, 30, 31, 34, 37, 39]

## **ТЕМА 9.**

### **КЛАСИФІКАЦІЯ ТА СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРИВОДІВ**

Поняття інформаційного приводу. Розповсюдження, функціонування, поведінка та ефективність інформаційних приводів. Відповідність та залежність інформації від стратегічних цілей організації.

Попереднє визначення масштабу події та її цільової аудиторії. Оригінальність, новизна та злободенність події. Засоби привернення уваги відомих осіб до події. Розробка технологій розповсюдження інформації: прес-конференція, прес-реліз, прес-тур.

Головна тематика інформаційних приводів. Приводи очевидні та креативні. Основні джерела приводів: календар внутрішніх дат організації, календар державних, церковних та народних свят, перелік пам'ятних дат держави, регіону, галузі, телевізійні новини.

Групи інформаційних приводів: прив'язка до ювілеїв, нові продукти або технології, новини соціального характеру, нові клієнти та партнери, експертні приводи, відомі особи, благодійність та спонсорство, конфлікти.

**Література:** [6, 8, 18, 24, 31, 37]

## **ТЕМА 10.**

## **ТЕХНОЛОГІЇ ЗАСТОСУВАННЯ СПЕЦІАЛЬНИХ МЕТОДІВ КОМУНІКАЦІЇ**

Специфічні прийоми PR у відносинах із пресою: створення груп підтримки серед журналістів, «тіньові зустрічі» з лідерами ринку ЗМІ, «злив» інформації. «Чорний піар». Приклади інформаційних війн у соціальній сфері.

Організація роботи з громадськістю. Прес-конференція: визначення часу проведення, розсилка запрошень, підготовка прес-релізу, встановлення регламенту, наявність несподіваної інформації. Брифінг, його відмінність від прес-конференції. Види презентацій: управлінська, комерційна, рекламна, наукова, політична, соціальна. Методи забезпечення присутності журналістів на внутрішніх заходах – семінарах, нарадах, консультаціях. «Паблік-тури» у соціальній сфері, екскурсії для преси. Дні «відкритих дверей».

**Література:** [7, 19, 21, 26, 30, 38, 40]

### **ТЕМА 11.**

#### **МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЇ**

Оцінка ефективності PR-повідомлень. Фактичні результати, вплив на ставлення до організації, ступінь реалізованості завдань, що ставилися. Соціальна ефективність PR-діяльності як головний зміст зв'язків з громадськістю у соціальній сфері.

Оцінка ефективності PR-кампанії. Основні складові PR-оцінки. Контент-аналіз, опитування громадської думки, оцінка ефективності спеціально підготованих подій. Стереотипи в оцінці ефективності зв'язків з громадськістю.

Методи визначення ефективності розсилки прес-релізу, проведення прес-конференції, виступу керівництва перед широкою аудиторією, корпоративного видання. Якісний аналіз публікацій у ЗМІ. Оцінка зрушень

у думках та установках цільової аудиторії. Соціальний сенс як важливий вимір PR. Вбудовування організації у соціальне середовище.

**Література:** [2, 3, 4, 6, 11, 16, 18, 23, 33, 39]

## **ТЕМА 12.**

### **СТВОРЕННЯ СПРИЯТЛИВОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ**

Методи підготовки громадської думки при прийнятті «непопулярних» рішень. «Кредит довіри» у внутрішній соціальній політиці.

Використання статистичних даних при формуванні позитивного ставлення до соціальних заходів. Соціальна злагода як засіб і мета управлінських рішень.

Визначення рівня стабільності суспільства соціологічними засобами. Постійний моніторинг громадської думки та соціального оточення. Політичні акції, спрямовані на підтримку населенням дій влади у соціальній сфері.

Головні умови позитивного ставлення громадськості до організації: соціальна відповідальність, підтримка меншин, пріоритет якості, ефективні операційні системи, культура соціального співробітництва.

Методи оцінки ефективності роботи організацій соціальної сфери залежно від об'єму та характеру зовнішніх документів.

**Література:** [6, 7, 13, 19, 25, 34, 38, 39, 40]

МАУП

## ТЕМИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

1. Значення інформації у сучасному суспільстві.
2. Класифікація управлінської інформації.
3. Джерела управлінської інформації.
4. Шляхи підвищення об'єктивності інформації.
5. Зміст інформації про минуле, сучасне, та майбутнє.
6. Алгоритм управлінських дій в конфліктній ситуації.
7. Сутність інформаційних проблем у надзвичайній ситуації.
8. Сутність та зміст інформаційної мережі.
9. Інформаційна система в управлінні.
10. Шляхи формування інформаційних ресурсів.
11. Регулювання інформаційної діяльності у соціальній сфері.
12. Зміст та види інформаційних потоків.
13. База даних як інформаційний ресурс.
14. Етапи обробки управлінської інформації.
15. Єдине інформаційне поле: потреба та перешкоди.
16. Планування інформаційного забезпечення.
17. Інформатизація традиційних та перспективних завдань.
18. Комунікативне управління подіями.
19. Аналіз інформації з комп'ютерних мереж.
20. Інтенсивні методи впливу.
21. Напрямки досліджень комп'ютерних мереж.
22. Прогнози розвитку соціальних мереж.
23. Специфіка окремих соціальних мереж.
24. Моделювання процесів у мережах.
25. Моніторинг соціального оточення.
26. Поняття інформаційного приводу.
27. Головна тематика та групи інформаційних приводів.

28. Інформаційні війни у соціальній сфері.
29. Функції та завдання зв'язків з громадськістю у соціальній сфері.
30. Поняття соціальної місії організації.
31. Головні принципи соціальної комунікації.
32. Сегментування аудиторії у соціальній сфері.
33. Оцінка ефективності PR-повідомлень.
34. Соціальна ефективність PR-діяльності.
35. Якісний аналіз публікацій у ЗМІ.
36. Соціальний сенс як важливий вимір PR.
37. Вбудовування організації у соціальне середовище.
38. «Кредит довіри» у внутрішній соціальній політиці.
39. Соціальна злагода як засіб і мета управлінських рішень.
40. Визначення рівня стабільності суспільства.
41. Головні умови позитивного ставлення громадськості до організації.
42. Методи оцінки ефективності роботи організацій соціальної сфери.
43. Специфічні прийоми PR у відносинах із пресою.
44. Організація «паблік-турів» у соціальній сфері.
45. Основні види презентацій.
46. Форми та методи організації роботи з громадськістю.
47. Етапи планування в PR.
48. Особливості планування стандартних та нестандартних подій.
49. Види та особливості тактичного планування.
50. Особливості стратегічного планування.

## **ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ**

Основою оволодіння матеріалом програми вичення курсу «Сучасні інформаційно-комунікативні технології у соціальній сфері» є систематична, активна та самостійна робота студентів щодо вивчення навчальної, наукової, спеціальної літератури, вирішення ситуаційних



завдань та задач із навчальних тем дисципліни, написання рефератів і наукових повідомлень, виконання контрольних робіт. Засвоєння матеріалу сприятиме розвиненості індивідуальних умінь і здібностей слухачів щодо роботи з першоджерелами та підручниками.

Обираючи тему, студент на власний розсуд опрацьовує одну із запропонованих або три із запропонованих у переліку тем. Варто обирати так, щоб вона викликала інтерес, або була пов'язана з практичною діяльністю студента, а також сприяла максимальному застосуванню знань та набуттю практичного досвіду. Одна тема обирається в разі великого обсягу знайденого матеріалу, три теми – в разі невеликих обсягів матеріалів на кожен окрему тему.

При підготовці відповідей на питання контрольної роботи студент повинен ознайомитись з навчальними посібниками, переліченими в списку літератури. Необхідно знайти глави чи розділи, які містять матеріал щодо конкретного питання та ретельно вивчити (прочитати, зрозуміти, законспектувати) його.

У контрольній роботі потрібно концентровано викласти основний зміст відповідей на поставлені питання. В цілому в контрольній роботі мають бути відповіді на кожне зазначене питання. По кожному питанню, якщо їх декілька, необхідно зробити стислий висновок.

Для підготовки відповідей потрібно також вивчити не тільки навчальну літературу, але й першоджерела - твори розробників теорії соціальної держави та поняття соціальної відповідальності, які варто прочитати і зрозуміти основні ідеї цих авторів. Адже підготовка контрольної роботи - це не тільки конспектування навчальної літератури, але й творчий процес. Саме тому відповіді на питання повинні бути досить повними, самостійними, відображати рівень загальної культури та спеціальних знань студентів.

Обсяг контрольної роботи - 10-15 сторінок друкованого тексту, відповідно вдвічі більше - рукописного. На початку роботи потрібно вказати тему або теми роботи та викласти план роботи, який відбиватиме структуру роботи (чіткий порядок побудови тексту, зв'язок між окремими частинами). Структура контрольної роботи має бути такою: титульний лист (прізвище, ім'я та по-батькові студента; факультет, назва навчального закладу; дисципліна, з якої виконується робота; варіант контрольного завдання; прізвище, ім'я та по-батькові викладача; місто та рік виконання роботи); план роботи; вступ (де викладена актуальність та основні положення обраної теми або тем, об'єкт та предмет аналізу); основна частина (розглянуті питання); висновки; список використаної літератури (потрібно вказати навчальні посібники та додаткову літературу, використані при виконанні контрольної роботи). Всі сторінки мають бути пронумеровані (крім першої - титульної) та відповідно відображені в плані роботи.

Особливу увагу слід приділити оформленню контрольної роботи. Вона повинна бути виконана охайно, ретельно. Кожна відповідь розпочинається з назви питання, закінчується коротеньким висновком. Кожен розділ роботи починається з нової сторінки.

МАУП

## ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Чому інформація є ключовим елементом соціального управління?
2. Чим управлінська інформація відрізняється від звичайної?
3. Які існують класифікаційні ознаки управлінської інформації?
4. Що містить дворівнева типологія інформації?
5. Як можна запобігти необ'єктивної інформації?
6. Які Ви пам'ятаєте джерела інформації?
7. В чому полягає значення первинної інформації у конфліктній ситуації?
8. З чого складаються обов'язки органів місцевого самоврядування у сфері зв'язків з громадськістю?
9. Що включає інформаційна система державного та місцевого управління?
10. Якими рисами повинна характеризуватися управлінська інформація?
11. Як формується інформаційний ресурс?
12. З чого складаються зовнішні та внутрішні інформаційні потоки?
13. Яких дій потребує підтримка інформаційного ресурсу?
14. За якими напрямками відбувається інформаційне забезпечення населення?
15. Якими перевагами характеризується єдине інформаційне поле в управлінні?
16. Яким чином можна досягти подвійного застосування інформаційних ресурсів?
17. Чим принципово відрізняється обробка інформації на паперових та електронних носіях?
18. Яка інформація міститься на трьох рівнях баз даних?
19. В чому полягає необхідність аналізу інформації у комп'ютерних мережах?

20. Які напрямки досліджень соціальних мереж практикуються сьогодні?

21. Як за допомогою мереж можна виявити експертів?

22. Що являє собою прогнозування щодо соціальних мереж?

23. У чому полягає специфіка окремих соціальних мереж?

24. Як моделюються процеси у мережах?

25. Проаналізуйте специфічні прийоми роботи із пресою.

26. Як організуються прес-конференції?

27. Які цілі ставляться організаторами презентацій?

28. Що включає поняття «благодійність»?

29. Що таке громадський резонанс?

30. Які ви можете згадати соціальні проекти?

31. В чому полягає «кредит довіри» у громадській діяльності?

32. Як вимірюється соціальна злагода?

33. Які показники демонструють рівень стабільності суспільства?

34. Яким чином здійснюється моніторинг соціального оточення?

35. З яких показників складається оцінка ефективності PR-кампанії?

36. Що таке соціальна ефективність PR-діяльності?

37. Як робиться якісний аналіз публікацій у ЗМІ?

38. Яким чином встановлюються зрушення у думках та установках цільової аудиторії?

39. На яких підставах робиться висновок про вбудовування організації у соціальне середовище?

40. Як готується громадська думка до прийняття «непопулярних» рішень?

41. Які політичні акції можуть бути спрямовані на підтримку населенням дій влади у соціальній сфері?

42. Як використовуються статистичні дані при формуванні позитивного ставлення до соціальних заходів?

43. Які головні умови позитивного ставлення громадськості до організації Ви знаєте?

44. Які існують методи оцінки ефективності роботи організацій соціальної сфери?

45. Як визначається рівень стабільності суспільства?

46. Що Ви знаєте про специфічні прийоми PR у відносинах із пресою?

47. Як створюються групи підтримки серед журналістів?

48. Яким чином організовується прес-конференція?

49. Чим відрізняються окремі види презентацій?

50. В чому сенс «днів відкритих дверей»?

51. Охарактеризуйте основний інструментарій зв'язків із громадськістю.

52. Які особливості друкованих ЗМІ сприяють здійсненню PR-діяльності?

53. Яка специфіка співробітництва PR-компаній з електронними ЗМІ?

54. Охарактеризуйте форми підрозділів, що виконують інформаційно-комунікативні функції.

55. Які основні принципи тактики поширення PR-повідомлень?

56. Проаналізуйте варіанти оцінки ефективності PR у соціальній політиці.

57. Проаналізуйте комунікативні прийоми соціальної роботи із групами клієнтів.

58. Назвіть основні типи кризових ситуацій у соціальній сфері.

59. Що собою представляють елементи кризового управління?

60. Дайте оцінку кожному пунктові плану дій у кризовій ситуації.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

### *Основна*

1. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні» від 9 січня 2007 року № 537-V // Відомості Верховної Ради України. Ст. 102. – 2007. – № 12.
2. Закон України «Про соціальні послуги» від 19.06.2003 №966-IV // Голос України. – 2003. – 22 лип.
3. Концепція національної програми інформатизації // Голос України. – 1998. – 7 квіт. – С.10.
4. Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы “публик рилейшнз”. – 2-е изд. – М.-СПб.: Питер, 2004. – 204 с.
5. Белов А. Теория и практика связей с общественностью. - Ростов н/Д, 2005.-208 с.
6. Блэк С. Введение в публик рилейшнз. - Ростов н/Д, 2005. - 320 с.
7. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс / В. Горовий; наук. ред. Л. А. Дубровіна ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2010. – 360 с.
8. Горовий В. Особливості розвитку соціальних інформаційних баз сучасного українського суспільства / В. Горовий; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2005.
9. Джефкінс Ф., Ядин Д. Паблік рилейшнз - М., 2003. - 400с.
10. Електронні інформаційні ресурси бібліотек у піднесенні інтелектуального і духовного потенціалу українського суспільства / [О.С. Онищенко, Л. А. Дубровіна, В. М. Горовий та ін.] / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К. : НБУВ, 2011. – 248 с.
11. Інтеграція України у світове співтовариство в контексті розвитку бібліотечних інформаційних технологій / [О.С. Онищенко, Л. А. Дубровіна, В. М. Горовий та ін.] / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К. : НБУВ, 2011. – 224 с.

12. Інформатизація і модернізація соціокультурної сфери суспільства: взаємодія та розвиток : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горovий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 206 с.

13. Інформаційна складова соціокультурної трансформації українського суспільства / [О.С. Онищенко, В. М. Горovий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – 254 с.

14. Королько В.Г Паблік рілейшнз: наукові основи, методика, практика. - К., 2001. - 400с.

15. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика. - К, 2000. - 368 с.

16. Медведєва В. Становлення інформаційно-комунікаційних технологій у діяльності інформаційно-аналітичних служб бібліотек (на прикладі Служби інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади НБУВ) : монографія / Валентина Медведєва ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 180 с. (9,18 обл.-вид. арк.).

17. Наукова періодика України та бібліометричні дослідження : [монографія] / Л. Й. Костенко, О. І. Жабін, Є. О. Копанєва, Т. В. Симоненко ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2014. – 173 с.

18. Національні інформаційні ресурси як інтегративний чинник вітчизняного соціокультурного середовища : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горovий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2014. – 296 с.

19. Національний інформаційний суверенітет у контексті розвитку новітніх інформаційних технологій / [О.С. Онищенко, В. М. Горovий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К. : НБУВ, 2011. – 160 с. (8,39 обл.-вид. арк.).

20. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз для професіоналов. - М.: “Рефл-бук”, “Ваклер”. – 1999. – 624 с.

21. Розвиток ресурсної бази вітчизняного інформаційного середовища / [О.С. Онищенко, В. М. Горовий, Л. А. Дубровіна та ін.] / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2012. – 246 с. (13,28 обл.-вид. арк.).

22. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2014. – 260 с.

23. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 250 с.(12,85 обл.-вид. арк.)

24. Тенденції впливу глобального інформаційного середовища на соціокультурну сферу України / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 224 с. (11,99 обл.-вид. арк.).

25. Тихомирова Є. Зв'язки з громадськістю. - К, 2001. - 558с.

26. Українське законодавство: засоби масової інформації. - К, 2004. - 368 с.

27. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью. Теория и практика. - М., 2004. - 496 с.

28. Чуприна Л. Оперативна інтернет-інформація в інформаційно-аналітичній діяльності бібліотек України : монографія / Л. Чуприна ; наук. ред. В. М. Горовий ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2014. – 208 с.

### *Додаткова*

29. Компетентістний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / [під заг. ред. О. В. Овчарук]. – К. : «К.І.С.» – 2004. – 112 с.

30. Библиотеки национальных академий наук: проблемы функционирования, тенденции развития: науч.-практ. и теорет. сб. / НАН



Украины, Нац. б-ка Украины им. В. И. Вернадского, МААН, Совет директоров науч. б-к и информ. центров ; редкол. : А. С. Онищенко (пред.) [и др.]. – К., 2014. – Вып. 12. – 370 с.

31. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений. – М.: Эксмо-Пресс, 2003.

32. Горова С. В. Интернет-ЗМІ як об'єкт бібліотечної інформаційної діяльності / С. В. Горова ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 208 с.

33. Кириллова Н. Медиа-культура. - М., 2005. - 448 с.

34. Коханов Е.Ф. Теоретические и методологические основы PR-деятельности (социологический аспект). - М., 2004. - 202с.

35. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии. - М., 2005.-300с.

36. Мехлер Г. Власть и магия ПР. – СПб., 2004. - 172с.

37. Мей К. Інформаційне суспільство. - Київ, 2004. - 220с.

38. Моисеев В.А. PR: теория и практика. - К, 1999. - 376с.

39. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или Как успешно управлять общественным мнением. - М., 2004. - 336с.

40. Связи с общественностью. Курс лекций. / Автор-составитель В.Ж. Попов. – Донецк: ДонГУУ, 2008. – 154 с.

41. Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум. Паблик рилейшнз. Теория и практика. - 8-е изд. - М., 2005. - 624с.

## ЗМІСТ

Пояснювальна записка	3
Тематичний план дисципліни «Сучасні інформаційно-комунікативні технології у соціальній сфері»	6
Зміст дисципліни «Сучасні інформаційно-комунікативні технології у соціальній сфері»	7
Тематика контрольних робіт	15
Вказівки до виконання контрольної роботи	16
Питання для самоконтролю	19
Список літератури	22

МАУП