

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут денної освіти
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Інформаційні війни в маркетингу»

на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	2 курс, 4 семестр
Освітня програма/спеціалізація	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	бакалавр

ПІБ НПП, які ведуть дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Іваннікова Марина Миколаївна
к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-614-74-58
Електронна адреса	ivannikovam83@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна http://www.marketing.puet.edu.ua/ он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни	Метою дисципліни є забезпечення студентів знаннями з методики підготовки та проведення інформаційної війни із застосуванням маркетингових технологій при впливі на споживачів.
Тривалість	5 кредитів, разом 150 год. (лекції 20 год., практичні 40 год., самостійна робота студентів 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії (демонстрування, пояснення, бесіда, модерація, методи наративів, кейсів, скрайбінгу, вебквесту), самостійна робота поза розкладом.
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; доповіді з рефератами та їх обговорення; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК)
Базові знання	Наявність широких знань із загально-освітніх дисциплін.
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР8.	ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК09. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей)

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	знань/видів економічної діяльності). ЗК13.Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14.Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК09. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Теорія інформаційних комунікацій в сучасному світі		
Тема 1. Основи теорії інформаційної війни.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Інформаційна війна та інформаційна боротьба: основні поняття. Форми та способи ведення інформаційної боротьби. Психологічна і кібернетична війна як складові інформаційної війни. Інформаційна зброя і технології її використання.
Тема 2. Інструменти інформаційних війн. Типологія та характеристика	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Інструменти інформаційних війн. Типологія та характеристика. Класифікація та структура інструментів інформаційних воєн. Інструменти комунікативного впливу в інформаційних операціях.
Тема 3. Інформаційні інтервенції	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Поняття інформаційної та віртуальної інтервенції. Нові медіа як засіб міжнародних інформаційних інтервенцій. Внутрішні інформаційні інтервенції. Мікротаргетинг як інструментарій сучасних виборчих технологій.
Тема 4. Нові напрямки воєн майбутнього	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Інформаційний інструментарій “промивання мозку”. Невидимі інформаційні впливи. Сміслові війни в сучасному світі. Конструювання нових смислів для війни.
Тема 5. Інформаційні і віртуальні потоки в соціосистемах	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти; поточна модульна робота	Поєднання ідеологічного і комерційного в комунікативних процесах.. Масова людина проти індивіда: комунікація, інтелект, поведінка. Підготовка спеціалістів у сфері інформаційних воєн на пострадянському просторі.
Модуль 2. Маркетингові складові інформаційних війн		
Тема 6. Основні історичні етапи розвитку рекламно-інформаційних технологій в світі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Виникнення торгівельного знаку, торгівельної марки, як прототипів сьогоденного бренду. Нові жанри подання інформації, поява друкованих рекламних засобів. Символізація на початкових етапах розвитку культури. Протореклама. Виникнення та розвиток рекламного бізнесу.
Тема 7. Місце рекламно-інформаційних технологій	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять;	Психологія соціальної реклами. Технологічні аспекти проектування

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Теорія інформаційних комунікацій в сучасному світі		
в комунікаційному середовищі	виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	соціальної реклами (креатив, правила візуалізації, методика RAM-провідника, методика подолання стереотипів). Психологічні аспекти негативної соціальної реклами. Психологічні аспекти сучасної соціальної реклами. Значення інформації в сьогоденному суспільстві.
Тема 8. Соціальні комунікації в інтернеті.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Обговорення ролі соціальних мереж в соціально-політичних конфліктах, впливу інтернету на соціальні процеси та політичну історію.
Тема 9. Журналіст в соціальних мережах: особливості роботи, відповідальність.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; творчі проекти	Відмінності у діяльності та відповідальності блогера і журналіста. Особливості роботи журналіста в соціальних мережах, межі юридичної відповідальності журналіста і блогера

Інформаційні джерела

1. Курбан О.В. Сучасні інформаційні війни в мережевому онлайн просторі. – Київ: ВІКНУ, 2016. - 286 с. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. - Київ: НАУКМА, 2016. - 498 с. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ: НАУКМА, 2016. - 260 с.
2. Магда Є. В. Гібридна війна: вижити і перемогти. - Харків: Віват, 2015. - 304 с
3. Парахонський Б. О., Яворська Г. М. Онтологія війни і миру: безпека, стратегія, смисл. – Київ : НІСД, 2019. – 560 с
4. Maryna Ivannikova. (2021) Artificial intelligence in marketing: the trend that has come / Ivannikova M., Karpenko N. // Marketing of innovations. Innovations in marketing. Materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2021). Bielsko-Biala: WSEH. [E-edition] – pp. 135-137: http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/11541/1/Marketing_innovations_2021.pdf#page=135
5. Maryna Ivannikova. (2020) Modern digital consumer and its features /N.V.Karpenko, M.M.Ivannikova // Marketing technologies in the context of economic globalization of Ukraine: abstracts of reports of the XV International. scientific-practical conference (November 26–28, 2020, Khmelnytsky). -Khmelnytskyi: KhNU. –pp. 69-71.ISBN 978-966-330-381-9 https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/2295/1/mark_teh.pdf#page=69

Інтернет-ресурси

6. 104 слова про віртуальну свободу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprovsvita/mediaosvita/104_slova_pro_virtualnu_svvobodu/
7. 47 ігрових механік: <http://techcrunch.com/2010/08/25/scvng-r-game-mechanics/>
8. Амзин А. 140 правил інтернет-журналіста [Електронний ресурс] / Александр Амзин. – Режим доступа: <http://kebati.ru/journ/140.php>
9. Андрей Барбаш. Реклама может перейти в «паутину». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/daidzhest/2008-11-18/42051>
10. Афанасьєва К. Правове врегулювання діяльності інтернет-ЗМІ [Електронний ресурс] / Катерина Афанасьєва / Доступно з : <http://www.mediakrytyka.info/drukovani/pravove-vrehulyuvannya-diyalnosti-internet-zmi.html>
11. Інтернет та медіа – нові чинники впливу на націєнтічність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zik.ua/ua/news/2011/12/01/322128>

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: студенти мають свідомо дотримуватися «Положення про академічну доброчесність» (http://puet.edu.ua/sites/default/files/polozhennya_pro_akademichnu_dobrochesnist_2020.pdf); списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань

в процесі заняття.

- Політика щодо відвідування:
відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/neformalna-osvita>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-9): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Разом	100

Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни