

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНОЇ ФІЛОСОФІЇ ТА УПРАВЛІННЯ

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. декана факультету
соціології та управління

_____ Т.Ф. Бірюкова _____

“ _____ ” _____ 2019 р.

СОЦІОЛОГІЯ МЕРЕЖЕВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ІНТЕРНЕТУ

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки _____ бакалаврів _____

спеціальності _____ 054 «Соціологія» _____

освітньо-професійна програма _____ «Соціологія» _____

Укладач: Павленко І.О., к.філос.н., доцент кафедри соціології

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри соціології

Протокол № 1 від “19”серпня 2019 р.

Завідувач
кафедри _____

_____ В.О.Скворець _____

Ухвалено
науково-методичною радою
факультету соціології та управління

Протокол № 1 від “29”серпня 2019 р.

Голова науково-методичної ради
факультету _____

_____ О.С. Маліновська _____

2019 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень вищої освіти,	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів - 4	Галузь знань <u>05 Соціальні та поведінкові науки</u>	Вибіркова	
		Цикл дисциплін вільного вибору студента	
Загальна кількість годин - 120	Спеціальність <u>054 Соціологія</u>	Рік підготовки:	
	Освітньо-професійна програма <u>Соціологія</u>	6-й	
		Лекції	
Тижневих аудиторних годин для денної форми навчання: – 4 год.	Рівень вищої освіти: бакалаврський	30 год.	
		Семінарські	
		30 год.	
		Самостійна робота	
		60 год.	
		Вид контролю: Залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Соціологія мережових комунікацій та Інтернету» є формування обізнаності майбутніх фахівців у галузі соціології щодо сучасних технологій мережової комунікації, роботи з цільовою аудиторією та специфіки соціальної взаємодії в Інтернет-просторі.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Соціологія мережових комунікацій та Інтернету» є:

- ✓ вивчення сучасних соціологічних теорій щодо інтерпретації соціальних процесів та їх перебігу у мережі Інтернет;
- ✓ визначення структури, соціокультурного та мовного контекстів мережового спілкування;
- ✓ набуття практичних навичок та вмінь з аналізу типів мережової комунікації, роботи з цільовою аудиторією, проведення Інтернет-досліджень.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- ✓ сучасні теорії мережових комунікацій та Інтернету;

- ✓ складові системи мережевих та Інтернет-комунікацій;
- ✓ основні потоки світових Інтернет-комунікацій;
- ✓ специфіку організації досліджень в Інтернет-просторі;
- ✓ типи та специфіку мережевих комунікацій в Інтернет-просторі;
- ✓ принципи оцінки ефективності діяльності в Інтернет-просторі;

уміти:

- ✓ аналізувати структурні складові мережевої комунікації;
- ✓ оперувати методологічних апаратом досліджень в Інтернет-просторі;
- ✓ формувати стратегію побудови інтернет комунікацій при просуванні товарів та послуг;
- ✓ користуватись відкритими інформаційними базами України та інших країн;
- ✓ розробляти систему інтернет комунікацій та оцінювати її ефективність;
- ✓ складати профіль цільової аудиторії, визначати її потенціал;
- ✓ складати кошторис дослідження.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких компетентностей:

- ✓ здатність застосовувати знання у вирішення конкретних завдань;
- ✓ навички використання методології дослідження в Інтернет-просторі;
- ✓ навички пошуку, відбору та аналізу інформації;
- ✓ вміння аналізувати соціальні зміни;
- ✓ здатність виконувати інформаційні та комунікаційні технології;
- ✓ здатність працювати з інформацією та критично її оцінювати.

Міждисциплінарні зв'язки

«Соціологія мережевих комунікацій та Інтернету» є складовою професійної підготовки фахівців спеціальності «Соціологія». Вивчення дисципліни базується на сформованих знаннях про структуру сучасних суспільств та зокрема українського суспільства («Соціальна структура суспільства»), закономірностях поведінки великих спільнот та груп («Соціологія мас», «Соціологія організацій»), особливостях побудови відносин між представниками різних груп («Соціологія масових комунікацій»).

Під час вивчення дисципліни студент формує цілісне уявлення про комплекс інтернет комунікацій, його роль та місце в системі повсякденної комунікації в суспільстві; отримує знання про джерела та канали комунікацій, їх ефективність (модуль «Теоретико-методологічні засади інтернет комунікацій»); здобуває вміння діагностики та оцінки потенціалу цільової аудиторії, формує навички планування інтернет кампаній, використання джерел відкритої інформації та сучасного програмного забезпечення (модуль «Комплекси інтернет комунікацій»).

3. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1. Теоретико-методологічні засади мережевих та Інтернет комунікацій.

Тема 1. Вступ до навчальної дисципліни «Соціологія мережевих комунікацій та Інтернету»

Поняття інтернет комунікації та специфіка їх соціологічного дослідження. Об'єкт, предмет, та функції соціології інтернет комунікацій. Рівні комунікації (семіотичний, лінгвістичний, паралінгвістичний та синтетичний). Напрями трансформації комунікаційної взаємодії у ХХІ столітті та специфіка новітніх форм комунікації. Комунікаційний розвиток суспільства за М. Маклюеном. Моделі комунікаційної взаємодії (К. Шеннона, Г.Лассуела, дворівнева модель комунікації та концепція «лідерів думку П. Лазарсфельда, спіраль замовчування Е. Ноель-Нойман, комунікація іновачій К. Роджерса, контроль над розподілом інформації та теорія «строжа» К. Левіна, «гарячі» та «холодні» комунікації У. Еко, міфологічна комунікації К.Леві-Строса).

Тема 2. Соціологія Інтернету та мережеве суспільство

Предметне поле та методологічний апарат соціології Інтернету. Ключові напрями: кіберсоціологія, соціокібернетика, кіберпсихологія, антропологія Інтернету (цифрова антропологія, кіберантропологія). Поняття цифрової соціології. Визначення інформації, її властивостей та функцій. Концепція мережевого суспільства М.Кастельса. Формування мережевого суспільства. Влада структури та структура влади. Зменшення ролі національної держави. «Самобутність супротиву» та «самобутність спрямована в майбутнє». Співвідношення постіндустріалізму та марксизму в концепції В.Іноземцева. Концепція інформаційних революцій А.Ракітова. Філософія інформаційної цивілізації Р. Абдеєва. Періодизація та характеристика технологічних укладів (за О. Сухарєвим).

Тема 3. Методологічний апарат інтернет комунікацій

Специфіка соціологічного дослідження інтернет комунікацій. Стратегії та етапи соціологічного дослідження. Зрізові та повторні дослідження. Кількісні методики: статистичний аналіз інформації, особистісне інтерв'ю, експертне інтерв'ю, телефонне опитування, анкетування, computer assisted telephone interviewing system (САТІ). Якісні методики: групові дискусії, креативні групи, глибинне інтерв'ю, реєг-групи, фокус-групи. Мікс-методики: хол-тести, тести вдома, тести в авто. Методики «спостереження» та «таємний покупець». Стандартне та контрольне тестування. Застосування проєктивних методик. Написання аналітичних звітів та побудова теорії на їх аналізі.

Тема 4. Система інтернет комунікацій

Комплекс інтернет комунікацій та його структура. Стратегії інтернет комунікацій. Поняття аудиторії та цільової аудиторії, визначення її характеристик (географічних, соціальних, культурних, поведінкових, ціннісних, стилів життя). Взаємозв'язок економічної та психологічної поведінки учасника комунікації. Соціально обумовлені та психологічні причини. Особливості поведінки корпоративних акторів. Виділення типів акторів. Пробудова профілей цільової аудиторії та їх застосування у практичній діяльності. Засоби комунікації та зворотній зв'язок. Етика та соціальна відповідальність при здійсненні інтернет комунікацій.

Тема 5. Планування зв'язків із громадськістю

Громадська думка. Соціальні технології формування громадської думки. Розвиток зв'язків із громадськістю, зовнішні та внутрішні завдання, функції, планування. Створення позитивного іміджу в Інтернет просторі. Специфіка інтернет комунікацій із засобами масової інформації, міжнародними інституціями, державними установами, фінансовими підприємствами, некомерційними організаціями. Відкритість інформації та регулярність зв'язків зі спільнотою. Складові успішної комунікації: довіра, ситуація, зміст, ясність, безперервність і систематичність, канали комунікації, можливості аудиторії. Стратегії PR: створення іміджу організації, підтримка та трансформація репутації.

Тема 6. Роль та місце держави у мережевій комунікації та у просторі Інтернету

Основні засади розвитку інформаційного суспільства та мережі Інтернет в Україні та світі. Інформаційні ресурси держави. Стратегічні, критичні, цінні, національні, загальносуспільні інформаційні ресурси. Інформаційна діяльність державних органів України. Інформаційна діяльність як складова суспільного виробництва. Створення інформаційної інфраструктури держави через діяльність органів державної влади та управління. «Електронний уряд». Створення інформаційного ринку в Україні. Диверсифікація діяльності органів науково-технічної інформації в Україні. Вплив приватних структур на національні інформаційні процеси. Інформатизація державних структур як важлива складова інформаційної політики.

Розділ 2. Комплекси мережевих та Інтернет комунікацій

Тема 7. Інфо комунікаційні технології та розвиток громадянського суспільства

Плюралістичне громадянське суспільство як фактор демократії. ЗМІ і зменшення обсягу «соціального капіталу». «Віртуальний вимір» у практиці

самоорганізації громадянського суспільства. Історія формування комп'ютерної техніки. Створення комп'ютера MARK I співробітником Гарвардського університету Х. Ейкеном (1944 р.). Створення комп'ютера ENIAC (1945р.). Основні покоління комп'ютерної техніки. Локальні та глобальні комп'ютерні мережі. Створення локальних мереж для внутрішніх потреб організацій. Мультимедійні системи. Поєднання функцій окремих електронних пристроїв в межах мультимедійних систем. Транснаціональні компанії та їх вплив на інформаційну політику.

Тема 8. Комунікації в Інтернет-просторі

Планування інтернет комунікацій в Інтернет-просторі. Динаміка, тенденції, демографічний склад та соціальні характеристики цільової аудиторії. Інтернет кампанії в соціальних мережах. SEO. Специфіка роботи пошукових систем. Аналіз запитів споживачів. Типи реклами в інтернет-просторі (контекстна, тизерна, пошукова, медійна, вірусна, реклама в блогах та соціальних мережах). Онлайн-ігри як майданчик інтернет комунікацій. Кольорова гама інтернет-реклами. Соціальні технології та їх застосування. Універсальність комунікації. Текстова та гіпертекстова інформація. Поняття та концепції кіберкультури. Аспекти кіберкультури. Конфлікт культур. Віртуальний габітус кіберкультури.

Тема 9. Стартапи і інтернет комунікації

Поняття стартапу. Ефект масштабу. Динаміка розвитку стартапів. План просування. Використання посередників. Побудова профілей цільової аудиторії. Способи залучення клієнтів. Просування в пошукових системах та соціальних мережах. Аналіз ресурсів та можливостей конкурентів. Відкриті он-лайн бази України та зарубіжних країн. Використання тестових досліджень та механізми мінімізації ризиків. Стратегія маркетингової воронки. Модель AARRR Д. МакКлюра. Безкоштовні ресурси для стартапів на міжнародних ринках. Залучення інвесторів та типи інвестицій. Просування із мінімальними витратами. Перетворення стартапа на компанію із стабільним ростом (модель С. Бланка).

Тема 10. Ресурси мережеских комунікацій та простору Інтернет у просуванні товарів

Поняття товару. Види товарів: споживчі, повсякденного попиту, основні, імпульсивні, екстрені, попереднього вибору, особливого попиту, пасивного попиту, короткотермінового використання, виробничого та харчового призначення, розширені товари та специфіка комунікацій при їх продажі. Асортимент та товарна лінія. Глибина та ширина асортименту. Заплановані та незаплановані покупки. Рівні товару. Просування високотехнологічних товарів та створення нових споживчих ринків. Динаміка

просування товарів. Продаж ліків. Просування товарів: інформування споживачів, створення образу престижності, підтримка популярності, зміна стереотипів споживача.

Тема 11. Ресурси мережесих комунікацій та простору Інтернет у просуванні послуг

Поняття послуги, види послуг. Соціальні, та історико-економічні передумови формування та розвитку ринку послуг у ХХ столітті. Індивідуальні та колективні послуги. Виробничі та невиробничі послуги. Просування фінансово-кредитних, страхових, культурних, наукових, побутових, інтелектуальних, статусних, спортивних послуг. Професійні, споживчі та суспільні послуги. Довіра споживача. Технології формування репутації постачальника послуг. Комерційні та некомерційні послуги, базові та периферійні послуги. Структура та динаміка розвитку ринку послуг в Україні та країнах СНД. Диференціація попиту. Тенденції розвитку світового ринку послуг.

Тема 12. Оцінка якості та ефективності мережесих комунікацій

Ефективність та її види. Комплексна оцінка ефективності інтернет комунікацій: прогностичний аналіз ринкового середовища, індекс ринкової стійкості, результативність сегментування та позиціонування, оцінка результативності участі у соціально значущих акціях, оцінка якості обслуговування покупців, рівень соціально-корпоративної відповідальності, контроль та регулювання, аналіз ефективності, оцінка результатів. Моніторинг комунікативного простору. Методики розрахунку ефективності комунікацій. Культура організації. Оціночні методики визначення ефективності: опитування, порівняння, розрахункові методики. Оцінка рентабельності реклами та ефективність контактів.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви тематичних розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі				Усього	у тому числі					
		л	с	лаб	сам. роб.		л	с	лаб	сам. роб.		
1	2	3	4	5	6	ІЗ.	7	8	9	10	11	ІЗ.
<i>Розділ 1. Теоретико-методологічні засади мережевих та Інтернет комунікацій</i>												
Тема 1. Вступ до навчальної дисципліни «Соціологія мережевих комунікацій та Інтернету»	11	2	4	-	5	-						
Тема 2. Соціологія Інтернету та мережеве суспільство	11	2	4	-	5	-						
Тема 3. Методологічний апарат інтернет комунікацій	11	2	4	-	5	-						
Тема 4. Система інтернет комунікацій	9	2	2	-	5	-						
Тема 5. Планування зв'язків із громадськістю	9	2	2	-	5	-						
Тема 6. Роль та місце держави у мережевій комунікації та у просторі Інтернету	9	2	2	-	5	-						
Разом за розділом 1	60	12	18	-	30	-						
<i>Розділ 2. Комплекси мережевих та Інтернет комунікацій</i>												
Тема 7. Інфо комунікаційні технології та розвиток громадянського суспільства	9	2	2	-	5	-						
Тема 8. Комунікації в Інтернет-просторі	9	2	2	-	5	-						
Тема 9. Стартапи і інтернет комунікації	9	2	2	-	5	-						
Тема 10. Ресурси мережевих комунікацій та простору Інтернет	11	4	2	-	5	-						

у просуванні товарів												
Тема 11. Ресурси мережевих комунікацій та простору Інтернет у просуванні послуг	11	4	2	-	5	-						
Тема 12. Оцінка якості та ефективності мережевих комунікацій	11	4	2	-	5	-						
Разом за розділом 2	60	18	12	-	30	-						
Усього годин	120	30	30	-	60	-						

5. Теми лекційних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денне	заочне
1	Вступ до навчальної дисципліни «Соціологія мережових комунікацій та Інтернету»	2	
2	Соціологія Інтернету та мережеве суспільство	2	
3	Методологічний апарат інтернет комунікацій	2	
4	Система інтернет комунікацій	2	
5	Планування зв'язків із громадськістю	2	
6	Роль та місце держави у мережовій комунікації та у просторі Інтернету	2	
7	Інфо комунікаційні технології та розвиток громадянського суспільства	2	
8	Комунікації в Інтернет-просторі	2	
9	Стартапи і інтернет комунікації	2	
10	Ресурси мережових комунікацій та простору Інтернет у просуванні товарів	4	
11	Ресурси мережових комунікацій та простору Інтернет у просуванні послуг	4	
12	Оцінка якості та ефективності мережових комунікацій	4	
Разом		30	

6. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денне	заочне
1	Вступ до навчальної дисципліни «Соціологія мережових комунікацій та Інтернету»	4	
2	Соціологія Інтернету та мережеве суспільство	4	
3	Методологічний апарат інтернет комунікацій	4	
4	Система інтернет комунікацій	2	
5	Планування зв'язків із громадськістю	2	
6	Роль та місце держави у мережовій комунікації та у просторі Інтернету	2	
7	Інфо комунікаційні технології та розвиток громадянського суспільства	2	
8	Комунікації в Інтернет-просторі	2	
9	Стартапи і інтернет комунікації	2	
10	Ресурси мережових комунікацій та простору Інтернет у просуванні товарів	2	
11	Ресурси мережових комунікацій та простору Інтернет у просуванні послуг	2	
12	Оцінка якості та ефективності мережових комунікацій	2	
Разом		30	

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денне	заочне
1	Вступ до навчальної дисципліни «Соціологія мережевих комунікацій та Інтернету»	5	
2	Соціологія Інтернету та мережеве суспільство	5	
3	Методологічний апарат інтернет комунікацій	5	
4	Система інтернет комунікацій	5	
5	Планування зв'язків із громадськістю	5	
6	Роль та місце держави у мережевій комунікації та у просторі Інтернету	5	
7	Інфо комунікаційні технології та розвиток громадянського суспільства	5	
8	Комунікації в Інтернет-просторі	5	
9	Стартапи і інтернет комунікації	5	
10	Ресурси мережевих комунікацій та простору Інтернет у просуванні товарів	5	
11	Ресурси мережевих комунікацій та простору Інтернет у просуванні послуг	5	
12	Оцінка якості та ефективності мережевих комунікацій	5	
Разом		60	

8. Види контролю і система накопичення балів

Контроль рівня знань студентів щодо засвоєння ними тем з дисципліни «Соціологія мережевих комунікацій та Інтернету» включає:

Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретних завдань.

Оцінювання відповідей на семінарському занятті:

- 4 бали – відповідь є чіткою та змістовною, викладення матеріалу логічним та послідовним, доповідач вільно оперує основними поняттями, демонструє ґрунтовну підготовку із використанням декількох джерел, доповнює основні тези прикладами, висловлює власну авторську позицію;
- 3 бали – відповідь є чіткою та змістовною, викладення матеріалу логічним та послідовним, доповідач вільно оперує основними поняттями, демонструє ґрунтовну підготовку із використанням декількох джерел;
- 2 бал – відповідь є змістовною, викладення матеріалу дещо неструктуроване, доповідач вільно оперує основними поняттями, демонструє знання положень, викладених у основних джерелах;
- 1 бали – змістовне доповнення;
- 1 бали – доповідач опанував основні поняття
- 0 балів – відсутність відповіді.

Рубіжний підсумковий контроль проводиться по завершенні вивчення змістовного модуля у вигляді письмової контрольної роботи.

Оцінювання модульних контрольних робіт:

- 6 балів – повна змістовна відповідь на всі завдання, послідовне викладення матеріалу, опанування основних понять, оперування багатьма теоретичними джерелами, наявність аргументаційної бази, переконливе демонстрування власної авторської позиції;
- 5 балів – повна змістовна відповідь на всі завдання, послідовне викладення матеріалу, опанування основних понять, оперування багатьма теоретичними джерелами, недостатня аргументаційна база, авторська позиція не заявлена;
- 3-4 балів – поверховий та непослідовний виклад матеріалу, слабе знання теоретичних джерел;
- 1-2 бали – короткий поверховий виклад матеріалу, нечіткі та помилкові визначення понять;
- 0 балів – відсутність відповідей.

Підсумковий контроль:

Підсумковий контроль проводиться по закінченні вивчення курсу з метою оцінювання результатів засвоєння студентами навчальної дисципліни на завершальному етапі. Підсумковий контроль відбувається у формі комплексного заліку, який складається з: 1) розгорнутої усної відповіді на 2 теоретичних питання; 2) виконання практичного завдання.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль						Підсум. контр. залік	Сума
Атестація з розділу 1			Атестація з розділу 2				
Форми роботи	К-ть заход.	К-ть балів	Форми роботи	К-ть заход.	К-ть балів		
1. Відповідь на семінарському занятті	6	24	1. Відповідь на семінарському занятті	6	24		48
2. Виконання контрольної роботи	1	6	2. Виконання контрольної роботи	1	6		12
Разом		30	Разом		30		60
		30			30	40	100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

9. Рекомендована література

Основна література:

1. Баранов О. А. Інтернет речей: теоретико-методологічні основи правового регулювання : монографія / О. А. Баранов. Т. 1 : Сфери застосування, ризику і бар'єри, проблеми правового регулювання. 2-ге вид. Харків : Право, 2018. 344 с.
2. Бойчук І. В. Інтернет в маркетингу : підручник для ВНЗ / І. В. Бойчук, О. М. Музика / М-во освіти і науки України, Укоопспілка, Львівська комерц. акад. Київ : Центр учб. літ., 2016. 510 с.
3. Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. Москва : Проспект, 2016. 300 с.
4. Интернет-коммуникация как новая речевая формация / Колокольцева Т.Н., Лутовинова О.В. Москва : ФЛИНТА, 2017. 325 с.
5. Луценко Н. Ю. Лімінальна експансія мережевого простору : монографія / Наталія Луценко. – Київ : [МП Леся], 2015. 208 с.

Додаткова література:

1. Балабанова Л. В. Інтерактивні маркетингові комунікації : монографія / Л. В. Балабанова, О. О. Стельмах / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донецьк. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Донецьк : [ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського], 2011. 198 с.
2. Горовий В. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс : [монографія] / В. Горовий / НАН України, НБУ ім. В. І. Вернадського– Київ : [б. в.], 2010. 360 с.
3. Казанцева А. В інтернеті хтось помиляється! Наукові дослідження дискусійних питань / Ася Казанцева. Харків : Vivat, 2016. 368 с.
4. Кейс С. IT-цунамі. Як бізнесу вижити в третій хвилі інтернету / Стів Кейс ; [пер. з англ. Ю. Максимейко]. Київ : К. Fund, 2017. 192 с.
5. Кобець Р. Засади комунікативного супроводу державної політики / Роман Кобець. Київ : Інтерньюз-Україна, 2013. 188 с.
6. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація : навч. посібник. Київ : Академія, 2012. 288 с.
7. Мантуло Н. Б. Паблік рилейшнз: текст і комунікація : монографія. Запоріжжя : КПУ, 2012. 320 с.
8. Моделі політичної комунікації: політичні партії та громадянське суспільство / [П. Байор та ін.]; Укр. незалежний центр політ. дослідж. Київ : [Агенство "Україна"], 2010. 148 с.
9. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія професійної комунікації : навч. Посібник. Чернівці : Книги XXI, 2010. 528 с.
10. Пелецишин А. М. Інтернет-технології опрацювання консолідованих інформаційних ресурсів : навч. посібник / А. М. Пелецишин / за заг. наук. ред. В. В. Пасічника ; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львів. політехніка". Львів : Львівська політехніка, 2010. 248 с.
11. Попович Н. Г. Державно-управлінський дискурс у структурі політико-адміністративної комунікації : монографія / Наталя Попович ; Нац. акад. держ. управління при Президенті України. Київ : [Центр учб. літ.], 2013. 360 с.
12. Семенюк О. А. Основи теорії мовної комунікації : навч. посібник. Київ: Академія, 2010. 240 с.
13. Социальные коммуникации: учебник для академического бакалавриата. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2018. 200 с.

14. Теоретичні засади соціологічної рефлексії адаптаційних процесів у засобах масової комунікації : монографія / Клас. приватний ун-т, Енергодар. ін-т держ. та муніцип. упр. ім. Р. Г. Хеноха "КПУ" ; [авт. : В. М. Огаренко та ін.]. Енергодар; Запоріжжя : [КПУ], 2010. 226 с.
15. Тріщук О. В. Короткий словник загальнонаукових та соціокомунікативних термінів / О. В. Тріщук, П. О. Киричок, Н. М. Фіголь. Київ : КПІ, 2011. 128 с.
16. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник для внз. Київ : Центр учб. л-ри, 2013. 212 с.
17. Шарков Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации. Москва : Дашков и К., 2016. 269 с.

Інформаційні ресурси:

1. Гриценко О. В. Державна політика розвитку інформаційного суспільства як об'єкт наукових досліджень / О. В. Гриценко URL: http://old.niss.gov.ua/book/StrPryor/SpPrior_13/11.pdf (дата звернення: 15.08.2019).
2. Основні світові тенденції розвитку інформаційного суспільства URL: http://new.nas.gov.ua/siaz/Ways_of_development_of_Ukrainian_science/article/12096.1.1.038.pdf (дата звернення: 15.08.2019).
3. Сучасний стан й умови розвитку інформаційного суспільства в Україні. URL: http://new.nas.gov.ua/siaz/Ways_of_development_of_Ukrainian_science/article/12106.1.075.pdf (дата звернення: 15.08.2019).
4. Доповідь про стан інформатизації й розвиток інформаційного суспільства в Україні за 2012 р. (проект, витяг) URL: http://new.nas.gov.ua/siaz/Ways_of_development_of_Ukrainian_science/article/12086.1.005.pdf (дата звернення: 15.08.2019).
5. Інформаційне суспільство в Україні: глобальні виклики та національні можливості: аналіт. доп. / Д. В. Дубов, О. А. Ожеван, С. Л. Гнатюк. – К. : НІСД. – 2010. – 64 с. URL: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/dubov_infsus-31058.pdf (дата звернення: 15.08.2019).
6. Луценко С. Моделі побудови інформаційного суспільства: порівняльний аналіз URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Edu/2010_25/fail/Lutsenko.pdf (дата звернення: 15.08.2019).
7. Мельник М. Державна політика у сфері розвитку інформаційного суспільства у Франції: перспективи для України URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Dums/2011_4/11mmvfpu.pdf (дата звернення: 15.08.2019).
8. Грицяк Н. В. Державне управління в умовах розвитку інформаційного суспільства URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/znpndidps/2011_1/Zmist_2011_1/GrytsyakN.pdf (дата звернення: 15.08.2019).
9. Гриценко О. В. Глобальні стратегії розвитку інформаційного суспільства: досвід для України URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/sp/2010_3/120-125.pdf (дата звернення: 15.08.2019).
10. Парламент, ІКТ та інформаційне суспільство. URL: http://gska2.rada.gov.ua/site/e-parlament/docs/Chapter_I.pdf (дата звернення: 15.08.2019).

Погоджено _____
 навчальний відділ
 « _____ »

