

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
дисципліни
“ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ
МЕНЕДЖМЕНТ”
(для спеціалістів, магістрів)

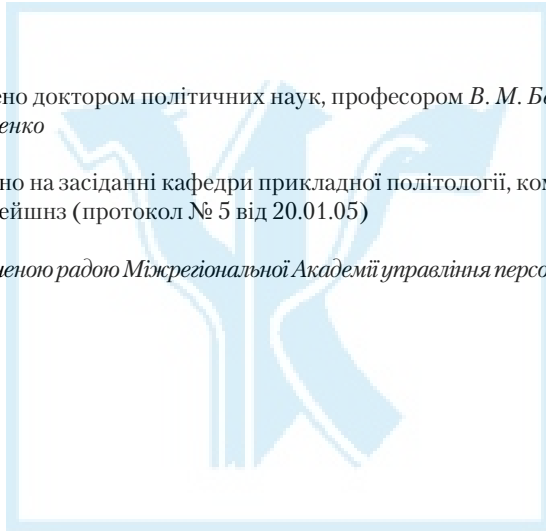
МАУП

Київ 2005

Підготовлено доктором політичних наук, професором *В. М. Бебиком*,
О. С. Науменко

Затверджено на засіданні кафедри прикладної політології, комунікацій та публік релейшнз (протокол № 5 від 20.01.05)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом



Бебик В. М., Науменко О. С. Навчальна програма дисципліни “Інформаційно-комунікаційний менеджмент” (для спеціалістів, магістрів). — К.: МАУП, 2005. — 16 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, навчально-тематичний план, програмний матеріал до вивчення дисципліни “Інформаційно-комунікаційний менеджмент”, плани семінарських занять, контрольні питання, вказівки до виконання контрольної роботи, а також список рекомендованої літератури.

© Міжрегіональна Академія
управління персоналом (МАУП), 2005

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Реалії сучасного світу неможливі без використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій. Такі терміни та аббревіатури, як Internet, реклама, WWW, PR тощо стали звичайними у повсякденному лексиконі майбутніх висококваліфікованих спеціалістів.

Отже, метою курсу “Інформаційно-комунікаційний менеджмент” є дослідження планетарних, регіональних і національних інформаційних моделей у контексті масштабних можливостей і ресурсів Інтернету.

Основними завданнями курсу є ознайомлення студентів із:

- функціями, принципами, завданнями та технологіями інформаційно-комунікаційного менеджменту;
- поняттям комунікації та її функціями у суспільстві, типологією комунікацій та комунікаційних каналів;
- сутністю та типологією поняття інформації;
- напрямками, видами та класифікацією інформаційної діяльності;
- поняттям інформаційних потоків та їх моніторингом;
- співвідношенням інформаційних ресурсів із інформаційною владою;
- елементами комунікаційного процесу та психологічними складовими процесу обміну інформацією;
- застосуванням маркетингових та іміджевих стратегій у впливі на цільову аудиторію;
- практичними питаннями медіа-планування;
- конкретними розробками зразків телевізійної, відео- та аудіо-реклами;
- досвідом створення рекламної та PR-продукції у друкованих та електронних мас-медіа.

Специфіка авторського підходу у викладанні дисципліни полягає у новітньому погляді на концепції і функції діяльності засобів масової комунікації, проблеми маніпулювання масовою свідомістю, громадські зв'язки в суспільстві, яке глобалізується нечуваними темпами завдяки використанню нових інформаційно-комунікаційних технологій.

Нормативний курс складається з лекційних і семінарських занять, а також передбачає самостійну роботу студентів.

Навчальна програма розрахована на підготовку магістрів та спеціалістів з політології, державного управління, міжнародних відносин, юристів, психологів, соціологів та менеджерів.

НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
вивчення дисципліни

“ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ”

№ пор.	Назва теми
1	Поняття та сутність інформаційно-комунікаційного менеджменту
2	Комунікація та інформація в житті суспільства
3	Соціальна комунікація та її роль у суспільній сфері
4	Моделі та технології соціальної комунікації
5	Глобалізація масових комунікацій у сучасному світі
6	Менеджмент масових комунікацій
7	Менеджмент інформаційно-комунікаційних служб
8	Рекламний медіа-менеджмент

ПРОГРАМНИЙ МАТЕРІАЛ
до вивчення дисципліни

“ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ”

Тема 1. Поняття та сутність інформаційно-комунікаційного менеджменту

Рівні та сфери менеджменту. Види менеджменту. Інформаційно-комунікаційний менеджмент та його місце у структурі управління. Функції, принципи, науковий інструментарій інформаційно-комунікаційного менеджменту. Специфіка інформаційного менеджменту. Поняття та сутність інформаційно-комунікаційного менеджменту. Мета, завдання, засоби здійснення. Типологія інформаційно-комунікаційного менеджменту.

Література [2; 5; 6; 31; 37; 48; 50; 56; 58; 59; 63; 67]

Тема 2. Комунікація та інформація в житті суспільства

Комунікація та її види у суспільстві. Суб'єкти та об'єкти комунікації. Поняття масової комунікації. Функції масової комунікації.

Інформаційно-комунікаційні канали. Види інформаційно-комунікаційних каналів. Співвідношення мови і мовлення. Загальні функції мови і мовлення. Індивідуально-мовленнєві функції. Соціально-мовні функції. Соціально-мовленнєві функції мови і мовлення. Інформація та її функції в системах комунікації. Види і типи інформації.

Література [3; 6; 12; 14; 35; 43; 45; 60; 61; 75]

Тема 3. Соціальна комунікація та її роль у суспільній сфері

Поняття соціальної комунікації. Соціальна комунікація як предмет дослідження низки дисциплін. Суб'єкти та об'єкти соціальної комунікації. Знання, уміння, стимули та емоції. Соціальний час і соціальний простір. Пам'ять як об'єкт комунікаційної діяльності. Типологія пам'яті. Сегменти індивідуальної пам'яті. Функції пам'яті. Комунікація і суспільна свідомість. Сфери суспільної свідомості. Структура суспільної свідомості. Види, типи і рівні свідомості. Комунікаційні аспекти соціалізації. Підходи до тлумачення терміна "соціалізація". Етапи соціалізації. Моделі соціалізації. Типи соціалізації. Політична комунікація. Концепції політичної комунікації. Класифікація політичної комунікації. Принципи політичної комунікації. Функції політичної комунікації.

Література [5; 6; 16; 18; 21; 29; 33; 34; 39; 46; 53]

Тема 4. Моделі та технології соціальної комунікації

Соціологічні моделі комунікації. Двоступенева модель комунікації. "Спіраль мовчання". Модель дифузної теорії. Модель брамника. "Структура новини". Семіотичні моделі комунікації. Модель Якобсона. Модель Лотмана. Модель Еко. Семіотичні моделі реклами. Психологічні і психотерапевтичні моделі комунікації. Модель Фрейда. Модель Юнга. Модель Лакана. Нейролінгвістичне програмування. Моделі групової психотерапії. Пропагандистські моделі комунікації. Політична пропаганда. Іміджеві моделі комунікації. Завдання іміджевої комунікації. Інтернет-моделі комунікації. Інтернет-співтовариства.

Література [5; 6; 36; 38; 41; 51; 54; 66; 68; 71–74]

Тема 5. Глобалізація масових комунікацій у сучасному світі

Сутність і феномен глобалізації. Концепції та підходи до поняття глобалізації. Типологія глобалізації. Етапи і наслідки глобалізації. Глобалізація і формування єдиного світового простору і часу. Інфосфера та глобальні комунікаційні моделі. Мультимедіа як організаційна структура. Інформаційна супермагістраль. Інформаційні потоки. Регіональні та національні комунікаційні моделі інформаційного суспільства. Ідеальна парадигма громадського телебачення. Становлення національного інформаційного простору України. Основні типи українських видань. Особливості українського інформаційного суспільства. Інтернет як технологічна основа глобалізації. Становлення та поширення Інтернету.

Література [1; 5; 6; 8; 9; 11; 13; 17; 22; 24; 26; 30; 32; 42; 44; 62; 64]

Тема 6. Менеджмент масових комунікацій

Засоби масової комунікації: поняття, концепції діяльності, функції. Поняття свободи преси. Форми організації ЗМК. Маніпулювання суспільною свідомістю: імідж та рекламування. Етапи політичного рекламування. Способи і засоби маніпулювання. Принципи обмеження суспільного маніпулювання. Іміджелогія. Основні підходи до формування іміджу. Типологія іміджів. PR в системі масових комунікацій. Рівні PR-впливу. PR-заходи в Інтернеті. Мета, завдання та функції PR-заходів в Інтернеті.

Література [5; 6; 10; 23; 25; 27; 28; 45–47; 49; 69]

Тема 7. Менеджмент інформаційно-комунікаційних (пресових) служб

Завдання і функції пресових служб. Прес-секретар і його ролі. Форми роботи прес-секретаря. Інформаційно-аналітичне забезпечення роботи організації. Цілі інформаційно-аналітичної системи. Оцінка ефективності інформаційно-комунікаційної діяльності. Спеціальні заходи прес-служби. Становлення прес-служб у сучасній Україні.

Література [5; 6; 10; 28; 45–47; 49; 69]

Тема 8. Рекламний медіа-менеджмент

Медіа-менеджмент і медіа-планування. Загальні вимоги до медіа-плану. Критерії вибору оптимальних носіїв рекламної інформації. Телевізійна та відеореклама. Особливості ефірного телебачення. Види рекламних роликів. Кабельне телебачення. Візуальне сприйняття по телебаченню. Аудіореклама. Класифікація радіостанцій. Особливості радіороликів. Друкована реклама. Засоби друку. Особливості вибору друкованих носіїв реклами. Інтернет-реклама. Особливості Інтернету як носія реклами. Правове регулювання Інтернету. Переваги та недоліки Інтернет-реклами. Види і типи Інтернет-реклами.

Література [4–7; 19; 25; 40; 52; 54; 57; 64; 65; 70]

ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Тема 1. Комунікація: поняття, типологія, моделі, технології та роль у суспільному житті

1. Поняття масової комунікації та її функції.
2. Політична комунікація та її особливості.
3. Інформація: типологія та функції у системах комунікації.
4. Глобальні комунікаційні моделі.

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Порівняльний аналіз моделей соціальної комунікації.
2. Пам'ять, суспільна свідомість і комунікація.
3. Соціальна комунікація як передумова процесу соціалізації.

Література [3; 5; 6; 12; 14; 16; 18; 21; 29; 33–35; 39; 46; 53; 61; 71; 75]

Тема 2. Менеджмент масових комунікацій

1. Різноманітність концепцій свободи преси.
2. Технології маніпулювання суспільною свідомістю та етичні принципи.
3. PR в системі масових комунікацій.

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Іміджологія — наука про маніпулювання суспільною свідомістю.
2. Інформаційний простір та інформаційне суспільство України.
3. Особливості здійснення ефективних PR-заходів в Інтернеті.

Література [5; 6; 10; 23; 25; 27; 28; 45–47; 49; 69]

Тема 3. Вибір носіїв рекламної інформації

1. Інтернет-реклама як вид соціальної комунікації та її роль в управлінні цільовою аудиторією.
2. Друкована реклама: правила складання рекламних листівок, буклетів, плакатів.
3. Аудіо- теле- та відеореклама.
4. Засоби політичної комунікації. Кабельне телебачення. Телеконференції. Теледебати. Круглі столи. Ефірне телебачення.

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Медіа-менеджмент та медіа-планування: цілі, завдання, функції.
2. Переваги та недоліки використання Інтернету як носія рекламної інформації.
3. Оцінка медіа-планування кандидатів на пост Президента України 2004 року.

Література [4–7; 19; 25; 40; 52; 54; 57; 64; 65; 70]

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Природа і властивості інформації.
2. Види і загальна структура інформації.
3. Поняття інформаційного ресурсу.
4. Інформація як основний елемент процесу управління.
5. Сутність, визначення, характеристика комунікативного процесу.

6. Основні положення теорії комунікацій.
7. Типологія і форми комунікацій.
8. Типологія комунікаційних каналів.
9. Типологія функцій мовлення.
10. Формальні комунікації: моделі і характеристики.
11. Неформальні комунікації: структура і характеристика.
12. Письмові комунікації.
13. Усні комунікації.
14. Структура соціальної комунікації.
15. Основні елементи забезпечення ефективних комунікацій.
16. Сутність, завдання і умови реалізації інформаційного моніторингу.
17. Інформаційна влада: поняття, сутність, можливості застосування.
18. Правове поле інформації та комунікації в Україні. Закони України про телебачення, радіо, пресу.
19. Комунікація та інформація в житті суспільства.
20. Поняття соціальної комунікації.
21. Пам'ять як об'єкт комунікаційної діяльності.
22. Комунікація і суспільна свідомість. Політична комунікація.
23. Соціологічні моделі комунікації.
24. Семіотичні моделі комунікації.
25. Психологічні і психотерапевтичні моделі комунікації.
26. Пропагандистські моделі комунікації.
27. Іміджеві моделі комунікації.
28. Інтернет-моделі комунікації.
29. Інформаційна сфера і глобальні комунікаційні моделі.
30. Регіональні і національні моделі інформаційного суспільства.
31. Глобалізація масових комунікацій.
32. Глобалізація і формування єдиного світового простору і часу.
33. Інтернет як технологічна основа глобалізації.
34. Менеджмент масових комунікацій.
35. Функції ЗМІ в суспільстві.
36. Концепції діяльності ЗМІ в суспільстві.
37. PR в системі масових комунікацій.
38. PR-заходи в Інтернеті.

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

ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Тему письмової контрольної роботи студенти, номери залікових книжок яких закінчуються на цифри 00–21, вибирають з наведеної таблиці. Якщо дві останні цифри номера залікової книжки становлять від 22 до 99, студенти визначають номер теми контрольної роботи за останньою цифрою номера своєї залікової книжки. Наприклад, номер залікової книжки — 31578, то пропонується на вибір варіант 08 або 18.

Дві останні цифри номера залікової книжки студента	Назва теми контрольної роботи (для студентів заочної форми навчання)
00	Аналіз телевізійного інформаційного простору регіону (за місцем проживання)
01	Аналіз радійного інформаційного простору регіону (за місцем проживання)
02	Аналіз інформаційного простору друкованих ЗМК регіону (за місцем проживання)
03	Аналіз Інтернет-видань регіону (за місцем проживання)
04	Аналіз національного телевізійного інформаційного простору
05	Аналіз національного радійного інформаційного простору
06	Аналіз національного інформаційного простору друкованих ЗМК
07	Аналіз національних Інтернет-видань
08	Аналіз інформаційно-комунікаційної стратегії прес-служби Президента України
09	Аналіз інформаційно-комунікаційної стратегії прес-служби Кабінету Міністрів України
10	Аналіз інформаційно-комунікаційної стратегії прес-служби Верховної Ради України
11	Аналіз інформаційно-комунікаційної стратегії прес-служби обласної (міської) державної адміністрації (за місцем проживання)
12	Аналіз інформаційно-комунікаційної стратегії Народного Руху України
13	Аналіз інформаційно-комунікаційної стратегії Соціалістичної партії України
14	Аналіз інформаційно-комунікаційної стратегії Комуністичної партії України
15	Аналіз інформаційно-комунікаційної стратегії Блоку Юлії Тимошенко (БЮТ)
16	Аналіз інформаційно-комунікаційної стратегії Партії регіонів
17	Аналіз інформаційно-комунікаційної стратегії Народної партії України
18	Аналіз інформаційно-комунікаційної стратегії Соціал-демократичної партії України (об'єднаної)
19	Аналіз інформаційно-комунікаційної стратегії партії “Трудова Україна”
20	Аналіз інформаційно-комунікаційної стратегії блоку “Наша Україна”
21	Аналіз інформаційно-комунікаційної стратегії організації (за місцем роботи)

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Азроянц Э.* Глобализация: катастрофа или путь к развитию. — М., 2002.
2. *Акофф Р., Эмери Ф.* О целеустремленных системах. — М., 1974.
3. *Аналітика*, експертиза, прогнозування. — К., 2003.
4. *Антипов К. В., Баженов Ю. К.* Паблік рилейшнз. — М., 2002.
5. *Бebик В.* Політологія для політика і громадянина. — К., 2004.
6. *Бebик В.* Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз. — К., 2005.
7. *Бокарев Т.* Энциклопедия интернет-рекламы. — М., 2000.
8. *Бондар Ю.* Свобода слова: українська мірка. — К., 2004.
9. *Боришполец К. П.* Новые измерения Север—Юг // Современные международные отношения / Под ред. А. В. Торкунова. — М., 2000.
10. *Будзан Б.* Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи. — К., 2001.
11. *Ванштейн Г.* Интернет как фактор общественных трансформаций // МЭиМО. — 2002. — № 7.
12. *Ван Дейк Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация. — 1989.
13. *Ванковска Б.* Глобалізація крізь македонську призму // Політична думка. — 2000. — № 3.
14. *Василенко И. А.* Политическая глобалистика. — М., 2003.
15. *Вебер А. Б.* Неолиберальная глобализация и ее оппоненты // ПОЛИТИЯ. — 2002. — № 2.
16. *Винер Н.* Кибернетика и общество. — Л., 1958.
17. *Гаджиев К. С.* Введение в геополитику. — М., 2000.
18. *Гитлер А.* Моя борьба. — Б. М., 1996.
19. *Гоян О. Я.* Основы радіожурналістики і радіоменеджменту. — К., 2004.
20. *Гулыга А.* Миф как социальная проблема // Античная культура и современная наука. — М., 1985.
21. *Дарвин Ч.* Вырождение душевных волнений. — СПб., 1896.

22. *Дікон Б., Халс М., Стабс П.* Глобальна соціальна політика. Міжнародні організації й майбутнє соціального добробуту. — К., 1999.
23. *Д'Інка В.* Менеджмент ЗМК. Вступ. — К., 2004.
24. *Енциклопедія постмодернізму / За ред. Чарлза Е. Вінквіста та Віктора Е. Тейлора.* — К., 2003.
25. *Європейські стандарти в галузі свободи слова.* — К., 2002.
26. *Зернецька О. В.* Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. — К., 1999.
27. *Зверинцев А. Б.* Коммуникационный менеджмент. — СПб., 1997.
28. *Коломієць В.* Міжнародні інформаційні системи. — К., 2001.
29. *Кондорсе Ж. А.* Эскиз исторической картины прогресса человеческого разума // *Философия истории: Антология.* — М., 1994.
30. *Кочетов Э.* Глобалистика как геоекономика, как реальность, как мироздание. — М., 2001.
31. *Лалл Дж.* Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. — К., 2002.
32. *Лебедева М. М.* Мировая политика. — М., 2003.
33. *Леви-Строс К.* Структурная антропология. — М., 1985.
34. *Леонтьев А. А.* Деятельность. Сознание. Личность. — М., 1974.
35. *Леонтьев А. А.* Язык, речь, речевая деятельность. — М., 1974.
36. *Лотман Ю. М.* Культура как коллективный интеллект и проблемы искусственного разума. — М., 1997.
37. *Макаренко Є. А.* Європейська інформаційна політика. — К., 2000.
38. *Максименко С. Д.* Генетическая психология. — М.; К., 2000.
39. *Малиновский Б.* Магия, наука и религия. — М., 1998.
40. *Ольшанский Д. В.* Политический PR. — СПб., 2003.
41. *Ноэль-Нойман.* Общественное мнение. Открытие спирали молчания. — М., 1996.
42. *Пахомов Ю.* Україна і Росія на хвилях глобалізації. Економічний аспект // *Політична думка.* — 1998. — № 2.

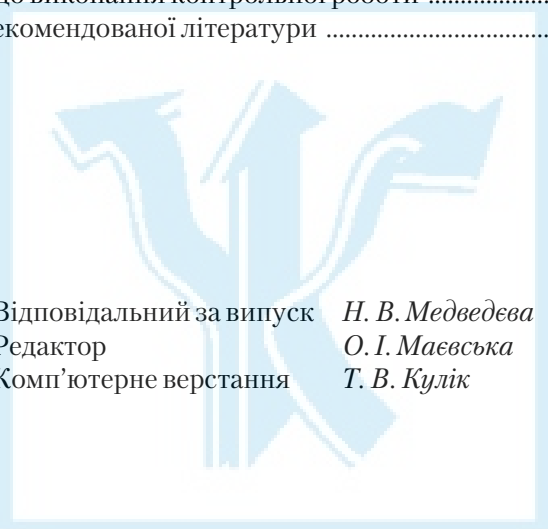
43. *Пахомов Ю. Н., Крымский С. Б., Павленко Ю. В.* Пути и перспективы современной цивилизации. — К., 1998.
44. *Петров И.* Глобализация как феномен эпохи постмодерна // *Международная жизнь.* — 2003. — № 9–10.
45. *Политико-психологический словарь.* — М., 2002.
46. *Политология: Словарь-справочник / М. А. Василик, М. С. Вершинин и др.* — М., 2000.
47. *Політологічний енциклопедичний словник.* — К., 1997.
48. *Почепцов Г. Г.* Элементы теории коммуникаций. — Ровно, 1999.
49. *Почепцов Г. Г.* Паблик рилейшнз для профессионалов. — К., 2001.
50. *Пугачев В. П., Соловьев А. И.* Введение в политологию. — М., 1996.
51. *Роджерс К.* О групповой психотерапии. — М., 1993.
52. *Роль ЗМІ у сприянні європейській інтеграції.* — Європейська комісія, 2001.
53. *Рудестам К.* Групповая психотерапия. — М., 1993.
54. *Саган К.* Драконы Эдема. Рассуждения об эволюции человеческого мозга. — М., 1986.
55. *Семків В., Іванів Д.* “Нет” каже “Так” // *Україна молода.* — 2004. — № 189.
56. *Соколов А. В.* Общая теория социальной коммуникации. — СПб., 2002.
57. *Сорокин П.* Система социологии. — Т. 1., ч. 1. — Пг, 1920.
58. *Сморгунов Л. В.* Политическое управление в глобализирующемся мире // *Перспективы человека в глобализирующемся мире / Под ред. В. В. Парцвания.* — СПб., 2003.
59. *Справочник по политическому консультированию / Под ред. Дэвида Д. Перлматера.* — М., 2002.
60. *Тиллих П.* История и Царство Божие // *Философия истории: Антология.* — М., 1994.
61. *Тимофеев Т.* Виклики ХХІ століття — дебати про альтернативи // *Політична думка.* — 1999. — № 4.
62. *Удовик С. Л.* Глобализация: семиотические подходы. — М., 2002.

63. *Урсул*. Информация. Методологические аспекты. — М., 1971.
64. *Уткин А. И.* Глобализация: процесс осмысления. — М., 2001.
65. *Фрейд З., Буллит У.* Томас Вудро Вильсон. — М., 1992.
66. *Фрейд З.* По ту сторону принципа удовольствия. — М., 1992.
67. *Харше Р.* Глобализация и процесс изменения границ в международных отношениях // Восток — Запад. Региональные подсистемы и региональные проблемы международных отношений. — М., 2002.
68. *Хорни К.* Невротическая личность нашего времени. Самоанализ. — М., 1993.
69. *Цісак В.* Трансформація преси в Україні та Польщі в контексті суспільних змін (1989–1999). — К., 2000.
70. *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием. — М., 1980.
71. *Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию. — СПб., 1998.
72. *Юнг К. Г.* Психология бессознательного. — М., 1994.
73. *Юнг К. Г.* Архетип и символ. — М., 1991.
74. *Юнг К. Г.* Структура психики и процесс индивидуализации. — М., 1996.
75. *Якобсон Р.* Лингвистика и поэтика // Структурализм: “за” и “против”. — М., 1975.

МАУП

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	3
Навчально-тематичний план вивчення дисципліни “Інформаційно-комунікаційний менеджмент”	4
Програмний матеріал до вивчення дисципліни “Інформаційно-комунікаційний менеджмент”	4
Плани семінарських занять	7
Контрольні питання	8
Вказівки до виконання контрольної роботи	10
Список рекомендованої літератури	12



Відповідальний за випуск *Н. В. Медведєва*
Редактор *О. І. Маєвська*
Комп'ютерне верстання *Т. В. Кулік*

Зам. № ВКЦ-2072

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП