

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова науково-методичної ради  
факультету систем і засобів масової комунікації



Юлія ГАРКАВЕНКО

«30» серпня 2023 р

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ОКП 2.1. Основи медіакомунікацій: науковий, теоретичний та прикладний аспекти**  
шифр із ОПП і повна назва навчальної дисципліни

**для здобувачів вищої освіти**

рівень вищої освіти другий (магістерський)

галузь знань 06 Журналістика

спеціальність 061 Журналістика

спеціалізація \_\_\_\_\_  
(за наявності)

освітня програма Реклама та зв'язки з громадськістю

рік набору 2023/2024 форма навчання заочна термін навчання 1 рік 4 місяці

вид дисципліни обов'язкова

Розробник: Хотюн Людмила Валентинівна ЗМК, доцент, канд.наук із соц.ком, доцент  
вказати розробників: ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання

підпис 

Погоджено гарант ОП



Владлена МИРОНЕНКО

Робоча програма схвалена на засіданні кафедри масової та міжнародної комунікації  
Протокол від «15» червня 2023 р. року №12

Ухвалено на засіданні науково-методичної ради факультету систем і засобів масової  
комунікації

Протокол від «30» серпня 2023 року №01

**Дніпро  
2023**

Навчальний рік	Курс	Семестр	Підсумк. контроль			Індивід. завдання		Кредитів ECTS	Обсяг роботи студента (години)				
			екзамен	залік	курс. робота	форма	кількість		всього	аудиторні			самостійна робота
										всього аудиторні	лекції	практичні	
Денна форма навчання													
2023/24	1	1	1			кпр		4,0	120	40	24	16	80

**1. Мета дисципліни.** Ознайомити студентів з новинками медіасфери, перспективами її розвитку, сучасними прийомами та засобами активної медійної діяльності, зосередити увагу на характерних особливостях традиційної та нової журналістики. Через набуття досвіду творчої діяльності сформується основа для подальшого розвитку професійної компетенції успішного медійника. Вивчення професійних комунікативних засобів має стати підґрунтям для виконання професійних обов'язків щодо вивчення інших курсів освітньої програми, практичної діяльності, а згодом і професійної самореалізації у медіа, державних, бізнес середовищі, некомерційних установах. Навчальна дисципліна вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців освітнього ступеню "магістр".

Курс передбачає теоретичну та практичну підготовку здобувачів для здійснення медійної діяльності, а саме здобувачі мають **знати:** законодавство та інші нормативно-правові акти, положення, інструкції, керівні матеріали й документи щодо медіадіяльності. Володіти навичками роботи у ЗМІ, пресцентрах, PR-відділах, інформаційних та рекламних агенціях. **Вміти:** адаптуватися до сучасних умов сфери медіакомунікацій; впроваджувати актуальні тренди у професійну діяльність фахівця у сфері журналістики, реклами, PR, медіакомунікацій; володіти компетенціями в усіх сферах журналістики; використовувати сучасні інструменти медіакомунікацій; взаємодіяти з суб'єктами медіакомунікацій, творчо підходити до журналістської роботи, формувати цілі, обґрунтовувати ідеї, обирати методи, розробляти власні проекти.

**В освітній програмі дисципліна формує низку наступних компетентностей:**

*Загальні компетентності (ЗК):*

- ЗК 1. Здатність опрацьовувати інформацію, організовувати і проводити наукове дослідження (дослідницькі навички).
- ЗК 3. Здатність породжувати нові ідеї (креативність).
- ЗК 4. Здатність володіти й уміло застосувати в роботі мовні норми(філологічні навички).
- ЗК 7. Здатність діяти на основі етичних міркувань, соціально відповідально і свідомо (етичні та соціальні зобов'язання).
- ЗК 8. Здатність навчатись та оволодівати сучасними знаннями.

*Фахові компетентності спеціальності (СК):*

- СК 1. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання у галузі журналістики.
- СК 2. Здатність розробляти творчі проєкти, керувати ними та вимірювати їх ефективність.
- СК 3. Вміння аналізувати та критично оцінювати якість медіаконтенту, створеного зі залученням різних каналів комунікації.
- СК 4. Здатність виявляти тенденції розвитку та здійснювати вибір оптимальних медійних технологій при вирішенні конкретних завдань.
- СК 5. Вміння орієнтуватися в типології та жанрології сучасної медійної продукції.
- СК 7. Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребують інтеграції знань у галузі журналістики.

## 2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни.

Опанування навчальної дисципліни базується на знаннях, отриманих у процесі отримання вищої освіти першого (бакалаврського) рівня.

## 3. Результати навчання за дисципліною та їх співвідношення із програмними результатами навчання.

№	Результати навчання за дисципліною	Програмні результати навчання за ОП	Номери тем
	Уміти аналізувати та критично оцінювати якість медіаконтенту, створеного зі залученням різних каналів комунікації.	ПР01. Аналізувати та узагальнювати результати досліджень і робити висновки про закономірності.	1, 2, 8
	Уміти опрацьовувати інформацію, організувати і проводити медійні дослідження (дослідницькі навички).	ПР02. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.	3, 4, 6
	Вміти доводити свою думку з використанням наукової, медійної аргументації щодо журналістської практики.	ПР03. Оцінювати проблемні питання професійної діяльності, застосовуючи знання з різних предметних галузей.	1, 3, 6, 7, 8
	Уміти інтерпретувати медіатексти, щоб оцінити їх культурну та практичну значущість, ключові ідеї, актуальність тощо	ПР05. Застосовувати методи, прийоми організації навчально-пізнавальної діяльності студентів (бесіди, діалогу, дискусії мозкової атаки, сюжетно-рольової гри, роботи в групах).	2, 4, 5, 7, 8
	Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребують інтеграції знань у галузі журналістики.	ПР09. Застосовувати спеціалізовані концептуальні новітні знання з соціальних комунікацій у практичній діяльності.	1, 2, 4, 7, 8

	Розвивати уміння, знання й здібності, необхідні для аналізу способів, за допомогою яких конструюються сучасні наукові, медійні теорії.	ПР 11. Застосовувати новітні медійні технології.	4, 6, 7, 8
	Вміти експериментувати з різними формами та технологіями створення медійного матеріалу, досліджуючи можливості їх використання у практиці.	ПР15. Аналізувати організаційні комунікації.	1-8

*Результати навчання, визначені стандартом вищої освіти:*

ПР01. Аналізувати та узагальнювати результати досліджень і роботи висновки про закономірності.

ПР02. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР03. Оцінювати проблемні питання професійної діяльності, застосовуючи знання з різних предметних галузей.

ПР05. Застосовувати методи, прийоми організації навчально-пізнавальної діяльності студентів (бесіди, діалогу, дискусії мозкової атаки, сюжетно-рольової гри, роботи в групах);

ПР09. Застосовувати спеціалізовані концептуальні новітні знання з соціальних комунікацій у практичній діяльності.

ПР 11. Застосовувати новітні медійні технології.

ПР 15. Аналізувати організаційні комунікації.

#### 4. Структура навчальної дисципліни.

1 семестр

##### Форма навчання денна

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин*			
		лекції	практичні	Лабораторні заняття	Самостійна робота
1	Тема 1. Медіакомунікація як явище	3	2		10
2	Тема 2. Типи, форми і моделі комунікації	3	2		10
3	Тема 3. Властивості інформації як базового поняття медіакомунікації	3	2		10
4	Тема 4. Медіамаркетинг та медіаменеджмент	3	2		10
5	Тема 5. Сегментація аудиторії	3	2		10
6	Тема 6. Суспільна думка та медіаінформаційна діяльність	3	2		10
7	Тема 7. Риторика конфлікту в медіа	3	2		10
8	Тема 8. Інформаційна безпека держави та інформаційна війна				
	<b>ВСЬОГО</b>	24	16		80

##### Тематика практичних занять

№ теми	Тематика практичного заняття	Кількість годин	Рекомендована література
--------	------------------------------	-----------------	--------------------------

			<b>(№ з переліку)</b>
1	Структура медіакомунікації. Формування мас: види та ознаки	2	1,5,6,7, 10, 16, 20
2	Комунікатор як суб'єкт медіакомунікації. Професійні комуніканти: типи та види	2	1, 3, 4, 6, 7, 8,16, 19, 20
3	Якість інформації: характеристика основних форм	2	1-6, 8, 14, 16, 19, 25
4	Теорії мотивації та особливості їх реалізації в практиці мас-медіа	2	1, 2, 5, 12, 14, 16, 19
5	Проблема сегментації та роль інформаційних стереотипів	2	1, 2, 4-18, 21, 25
6	Особливості формування суспільної думки засобами ЗМІ	2	1, 2, 4-6, 8, 11, 15, 17
7	Конфлікт в медіа. Донесення дразливих питань через ЗМІ	2	1, 2, 4, 6, 9, 11, 13, 15, 17, 20, 25
8	Медіавплив як комунікаційний процес.	2	1, 2, 4-6, 8, 11, 15, 17
<b>Всього годин</b>		16	

#### Тематика самостійної роботи

<b>№ теми</b>	<b>Тематика самостійної роботи</b>	<b>Кількість годин</b>	<b>Рекомендована література (№ з переліку)</b>
1	Поняття медіакомунікації. Модель та функції медіакомунікації	10	1,5,6,7, 10, 16, 20
2	Типи, форми і моделі комунікації. Формати комунікації. Види комунікації	10	1, 3, 4, 6, 7, 8,16, 19, 20
3	Медіакомунікація як соціальний феномен. Особливості інформації в різних видах ЗМІ	10	1-6, 8, 14, 16, 19, 25
4	Принципи й завдання медіаменеджменту. Методи управління персоналом. Медіабрендинг	10	1, 2, 5, 12, 14, 16, 19
5	Загальна характеристика аудиторії ЗМІ. Соціальнопсихологічні особливості аудиторії. Інформаційні потреби аудиторії	10	1, 2, 4-18, 21, 25
6	Медіазахист різних аудиторних груп. Медіавиховання. Функції ЗМІ в тоталітарних та демократичних суспільствах	10	1, 2, 4-6, 8, 11, 15, 17
7	Конфлікт в медіа. Медіа в конфлікті	10	1, 3, 4, 9, 25, 26
8	Технології політичних комунікацій. Поняття, види і прийоми ведення інформаційної війни. Способи захисту від інформаційної зброї у XXI ст.	10	1, 2, 4-6, 8, 11, 15, 17
<b>Всього годин</b>		80	

#### 5. Схема формування оцінки.

### 5.1 Шкала відповідності оцінювання:

Відмінно/Excellent	Зараховано/Passed	90-100
Добре/Goodm		82-89
Задовільно/Satisfactory		75-81
		64-74
Незадовільно/Fail	Не зараховано/Fail	60-63
		0-59

### 5.2 Форми та організація оцінювання:

#### Поточне оцінювання :

Форма навчання денна	1 семестр	
Форма оцінювання	Терміни оцінювання (тиждень)	Максимальна кількість балів
КМР	8 тиждень	20
Оцінювання рівня виконання завдань для самостійної роботи.	протягом семестру	10
Виконання практичних завдань..	протягом семестру (не менше 3)	30
<b>Максимальна кількість балів за поточне оцінювання* 60</b>		

#### Підсумкове оцінювання:

умови до складання екзамену: допускають здобувачів вищої освіти, які пройшли оцінювання за всіма формами поточного контролю, передбаченого робочою програмою

Форма оцінювання	Терміни оцінювання (тиждень)	Максимальна кількість балів
екзамен	16 тиждень	40

### 5.3. Критерії оцінювання:

Опанування тем практичних робіт

Бали Критерій

враховується:

- ступінь глибини розуміння та засвоєння досліджуваного питання;
- обґрунтованість, логічність, послідовність викладення досліджуваного питання

1-3 бал

«незадовільно»

Здобувач дає неправильні або дуже неповні відповіді на запитання;

демонструє часткове розуміння термінів та повну відсутність аргументації власної думки; відсутня здатності до репродуктивного застосування знань

4-6 бали

«задовільно»

Здобувач дає неповні відповіді на запитання; відсутня ґрунтовна аргументація власної думки.

7-8 бали

«добре»

Здобувач дає відповіді не на всі запитання, іноді відповіді фрагментарні; аргументація власної думки не завжди доведена; наявне репродуктивне застосування знань.

9-10 балів

«відмінно»

Здобувач надає повні та ґрунтовні відповіді на всі запитання за темами практичних робіт; демонструє вміння визначати головне та другорядне;



13. Колесник Г.О. Мова ворожнечі як соціальний та лінгвістичний феномен. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Т. 32 (71). №4. Ч. 3. С. 278–283.
14. Машкова Я. Гендерний баланс та війна. Моніторингове дослідження в першому кварталі 2023 року. <https://imi.org.ua/monitorings/gendernyj-42-balans-ta-vijna-monitoringove-doslidzhennya-u-pershomu-kvartali-2023-roku-i51269>
15. Машкова Я. Господиня, берегинька, горе-мати та сексі-кішечка: третина медіа продовжує вживати стереотипи та сексизм. <https://imi.org.ua/monitorings/gospodynka-beregynka-gore-maty-ta-seksikishechka-tretyna-media-prodovzhuje-vzhyvaty-stereotypy-ta-i52809>
16. Машкова Я. Українські медіа та війна. Підсумки моніторингів ІМІ 2022 року. <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-vijna-pidsumky-monitoringiv-imi-2022-roku-i49921>
17. Мединська О., Синоруб Г. Мова ворожнечі у виборчому дискурсі (за матеріалами онлайн видань «Українська правда», «Дзеркало тижня», «Вільне життя плюс» та інформаційного агентства «Рубрика»). URL: [http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/15178/1/10\\_Medynska\\_Synorub.pdf](http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/15178/1/10_Medynska_Synorub.pdf) (27.05.2022).
18. Нестеренко А. «Не співайте до заходу сонця». Хто і що радить українцям в онлайн-медіа. <https://imi.org.ua/monitorings/ne-spivajte-do-zahodu-sonnya-i-shho-radyt-ukrayintsyam-v-onlajn-media-i50841>
19. Нестеренко А. Токсичний світ блогерів Тіктоку: баді, йод, алкоголь і гербіциди. <https://imi.org.ua/monitorings/toksychnyj-svit-blogeriv-tik-tokubady-jod-alkogol-i-gerbitsydy-i50842>
20. Новини під час війни. Аналіз відповідності стандартам контенту провідних онлайн-медіа за 13 березня 2023 року. <https://imi.org.ua/monitorings/novyny-pid-chas-vijny-analiz-vidpovidnostistandardam-kontentu-providnyh-onlajn-media-za-13-i516>
21. Петренко Г., Білоскурський О. Дослідження цінностей і моделей поведінки в розважальному контенті українських телеканалів. <https://detector.media/infospace/article/184588/2021-02-04-doslidzhennya-tsinnostey-i-modeley-povedinky-v-rozvezhalnomu-kontenti-ukrainskykh-telekanaliv/>
22. Маркетинг & Журналістика: на прикладі українських ЗМІ <https://tj.org.ua/marketingjournalism/>
23. Еволюція функції маркетингу засобів масової інформації в умовах медіа-конвергенції <https://core.ac.uk/download/pdf/14714291.pdf>
24. Маркетинг у соціальних медіа. [http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbu/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/mnj\\_2017\\_14\\_27.pdf](http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/mnj_2017_14_27.pdf)
25. Конфлікт в медіа. <https://www.slideshare.net/DonbassFullAccess/ss-93654676>
26. <https://fama.agency/portfolio/konflikt-v-media-media-v-konflikti/>