

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
 ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
 ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
 КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА РЕКЛАМИ**

**СИЛАБУС**

**НОВІ МЕДІА ТА КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ /  
 NEW MEDIA AND COMPUTER TECHNOLOGIES**

| <b>Інформація про викладачів</b>                           |   |
|--|---|
| Викладач   | Петрова Вікторія  |
| Науковий ступінь   |   |
| Вчене звання   |   |
| Посада   | Старший викладач кафедри маркетингу та реклами  |
| Адреса кафедри   | вул. Соборна, буд. 87, корп.1, каб. 28, м. Вінниця, 21050   |
| Контактний телефон   | (0432) 55-04-02   |
| Е-mail:  | <a href="mailto:v.petrova@vtei.edu.ua">v.petrova@vtei.edu.ua</a>  |
| Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання | <a href="https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=168">https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=168</a>   |
| <b>Інформація про освітній компонент</b>                   |   |
| Освітній ступінь   | бакалавр  |
| Галузь знань   | 07 «Управління та адміністрування»  |
| Спеціальність  | 075 «Маркетинг»   |
| Освітня програма   | Маркетинг   |
| Навчальний рік   | 2024/2025   |
| Семестр  | 1   |
| Факультет  | торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування  |
| Курс   | 1   |
| Групи  | МР-11д, МР-12д  |
| Анотація курсу   | Метою вивчення ОК «Нові медіа та комп'ютерні технології» є формування у здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» ОП «Маркетинг» теоретичних та практичних вмінь та навичок роботи в інтернет-медіа; розуміння глобальних тенденцій розвитку засобів масової комунікації та впливу цих процесів на професійну діяльність; формування навичок роботи з джерелами інформації в мережі Інтернет; усвідомлення специфіки роботи з аудиторією нових медіа; застосування сучасних комп'ютерних технологій для систематизації та удосконалення робочих процесів; засвоєння основ створення контенту для нових медіа та застосування мультимедійних технологій у професійній діяльності. |
| Мова викладання  | українська  |
| <b>Місце освітнього компонента в освітній програмі</b>     |   |
| Освітня програма (ОП)                                      | Маркетинг   |
| Інтегральна компетентність                                 | Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.   |

|   |   |
|---|---|
| Перелік загальних компетентностей (ЗК)  | <p>ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p>  |
| Спеціальні (фахові) компетентності (СК) | <p>СК 15. Здатність використовувати інноваційний маркетинговий інструментарій у діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК 16. Здатність застосовувати сучасні діджитал-технології у сфері маркетингу.</p>  |
| Перелік програмних результатів навчання | <p>Р 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>Р 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію</p> <p>Р 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> |
| Пререквізити освітнього компоненту      | Базові знання з основ інформатики та комп'ютерної техніки   |

### Тематичний план та оцінювання результатів навчання

| Назва теми  | Кількість годин         |        |                |                              | Форми контролю    | Бальна оцінка |
|---|-------------------------|--------|----------------|------------------------------|-------------------|---------------|
|   | Усього годин / кредитів | з них  |                |                              |                   |               |
|   |                         | лекції | практ. заняття | самостійна робота здобувачів |                   |               |
| 1   | 2                       | 3      | 4              | 5                            | 6                 | 7             |
| Тема 1. Сутність поняття «нові медіа» та основи роботи в мережі | 26                      | 6      | 6              | 14                           | В, Т, УД, П, К, Д | 10            |
| 1.1. Поняття та характеристика нових медіа                      | 10                      | 2      | 2              | 6                            | В, Т              | 2             |
| 1.2. Етика спілкування в мережі та основи інтернет-етикету      | 8                       | 2      | 2              | 4                            | УД, П             | 4             |

|   |    |   |   |    |                             |    |
|---|----|---|---|----|-----------------------------|----|
| 1.3. Основні засади роботи в мережі   | 8  | 2 | 2 | 4  | К, Д                        | 4  |
| Тема 2. Основи роботи з інформацією в нових медіа                                     | 32 | 8 | 8 | 16 | РМГ, В, Т, Д, К, УД, П, РПЗ | 16 |
| 2.1. Загальна характеристика та особливості новин в інтернет-медіа                    | 8  | 2 | 2 | 4  | В, Т, Д                     | 4  |
| 2.2. Інформаційні приводи: особливості пошуку та оцінки                               | 8  | 2 | 2 | 4  | УД, П                       | 4  |
| 2.3. Джерела інформації для нових медіа   | 8  | 2 | 2 | 4  | РПЗ, К                      | 4  |
| 2.4. Робота з текстами та просування публікацій за допомогою SEO                      | 8  | 2 | 2 | 4  | РМГ, РПЗ, В                 | 4  |
| Тема 3. Заголовок як ключовий елемент контенту в нових медіа                          | 20 | 4 | 4 | 12 | РМГ, РПГ, К, Д, П, В        | 10 |
| Тема 4. Робота з зображеннями та дизайн нових медіа                                   | 24 | 6 | 6 | 12 | В, К, Д, П, РЗ, УД, РМГ     | 12 |
| 4.1. Основи роботи з зображеннями та джерела фото контенту                            | 8  | 2 | 2 | 4  | В, РМГ, РПЗ                 | 4  |
| 4.2. Особливості дизайну контенту в нових медіа                                       | 8  | 2 | 2 | 4  | УД, Д                       | 4  |
| 4.3. Дизайн інформаційних повідомлень в соціальних мережах                            | 8  | 2 | 2 | 4  | К, П                        | 4  |
| Тема 5. Інфографіка та візуалізація інформації для нових медіа                        | 26 | 6 | 6 | 14 | Д, Т, РМГ, УД, РПЗ, К, П    | 12 |
| 5.1. Візуалізація інформації як комунікаційна технологія                              | 8  | 2 | 2 | 4  | Д, Т, РМГ                   | 4  |
| 5.2. Правила спорідненості та об'єднання об'єктів                                     | 8  | 2 | 2 | 4  | УД, РПЗ                     | 4  |
| 5.3. Основні програми та методи роботи з інфографікою                                 | 10 | 2 | 2 | 6  | К, П                        | 4  |
| Тема 6. Технології для створення інтерактивного контенту                              | 20 | 4 | 4 | 12 | РПЗ, К, П, УД               | 8  |
| Тема 7. Мультимедійні технології для ефективної роботи в мережі. Управління контентом | 32 | 8 | 8 | 16 | УД, РПЗ, В, РМГ, К, П, Д    | 16 |
| 7.1. Механізми роботи з CRM-системами   | 8  | 2 | 2 | 4  | УД, РПЗ                     | 4  |
| 7.2. Ресурси для створення чек листів   | 8  | 2 | 2 | 4  | В, РМГ, К                   | 4  |
| 7.3. Інтерактивні онлайн-дошки для спільної   | 8  | 2 | 2 | 4  | РПЗ, К                      | 4  |

|  |  |           |           |           |           |            |
|--|--|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| роботи   |  |           |           |           |           |            |
| 7.4. Програми для створення інтерактивних тестів | 8  | 2         | 2         | 4         | П, Д      | 4          |
| <b>Індивідуальне завдання</b>                    | 12   |           |           | 12        | <b>ІЗ</b> | <b>16</b>  |
| <b>Всього</b>                                    | <b>180/6</b>   | <b>42</b> | <b>42</b> | <b>96</b> |           | <b>100</b> |
| <b>Підсумковий контроль</b>                      | <b>Екзамен</b>   |           |           |           |           |            |
| Поточний контроль / критерії оцінювання          | <p><b>Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:</b><br/> В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал.<br/> УД – участь у дискусії – 2 бали.<br/> РМГ – робота в малих групах – 1 бал.<br/> РЗ – розв’язування задач – 2 бали.<br/> РПЗ – розв’язання практичних завдань – 2 бали.<br/> КТ – комп’ютерне тестування – 1 бал.<br/> Т – тестування – 1 бал.<br/> К – кейс-стаді – 2 бали.<br/> Д – доповідь – 2 бали.<br/> П – презентація – 2 бали.<br/> ІЗ – індивідуальні завдання – 16 балів (курси на платформі Prometheus або на інших сервісах – 6 балів; науково-дослідна робота: аналіз блогера, створення простого веб-сайту – 10 балів).<br/> <b>Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.</b></p>  |           |           |           |           |            |
| Основні літературні та інформаційні джерела      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Городенко Л. Новітні медіа : конспект лекцій. КНУ ім. Тараса Шевченка, 2020. 241 с.</li> <li>2. Досенко А., Погребняк І. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери. Київ. 2020.</li> <li>3. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. /за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ: Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.</li> <li>4. Новітні медіа: Методичні вказівки для здобувачів 4 курсу першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 «Журналістика». Одеса, 2020. 26 с.</li> <li>5. Срібняк І. Історія журналістики: виникнення та розвиток новинних мас медіа в країнах Європи, Азії та Північної Америки (XVII-XX ст.). Підручник для студентів вищих навчальних закладів. Міжнародний науково-освітній консорціум імені Люсьєна Февра. 2018. С. 146–147.</li> <li>6. Стеблина Н. О. Цифрові інструменти для медіа-аналітика. Одеса: Фенікс, 2023, 90 с.</li> </ol> |           |           |           |           |            |
| <b>Політика освітнього компоненту</b>            |  |           |           |           |           |            |
| Організація навчання                             | Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти. Відвідування лекційних і практичних занять, проведення консультації перед екзаменом, виконання самостійної роботи.   |           |           |           |           |            |
| Відпрацювання пропусків занять                   | Відпрацювання пропущених занять з поважних та неповажних причин здійснюється на кафедрі в період з 10.00 год. до 15.00 год. шляхом проведення викладачем опитування здобувача за темою в усній або письмовій формі.  |           |           |           |           |            |
| Допуск до підсумкового контролю                  | Підсумковий контроль – екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів.  |           |           |           |           |            |

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
|                                   | <p>Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену.</p> <p>Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).</p> |
| Академічна доброчесність          | Положення про академічну доброчесність науково-педагогічних, педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти.   |
| Інші складові політики дисципліни | Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Усі завдання, передбачені робочою програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними науково-дослідними завданнями та проектами неприпустиме порушення академічної доброчесності. Презентації та доповіді мають бути авторськими оригінальними.   |

Затверджено на засіданні  
кафедри маркетингу та реклами  
протокол № 10 від 19.08.2024

Науково-педагогічний працівник



Вікторія ПЕТРОВА

Заступник завідувача кафедри



Ольга ГРОМОВА

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

**СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

*Сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT)*

**Кафедра маркетингу та реклами**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Рішення вченої ради

30.09.2024

протокол № 10, п. 9

**ВВЕДЕНО В ДІЮ**

Наказ від 30.09.2024 № 166

**НОВІ МЕДІА ТА КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ /  
NEW MEDIA AND COMPUTER TECHNOLOGIES**

**РОБОЧА ПРОГРАМА**

|                      |                                      |                                 |
|----------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| Ступінь вищої освіти | «бакалавр» /                         | «bachelor»                      |
| Галузь знань         | 07 «Управління та адміністрування» / | «Management and administration» |
| Спеціальність        | 075 «Маркетинг» /                    | «Marketing»                     |
| Освітня програма     | «Маркетинг» /                        | «Marketing»                     |

Вінниця 2024

**Розробники:** Поліщук Ірина, доктор економічних наук, професор  
Петрова Вікторія, старший викладач

**Гарант освітньої програми «Маркетинг»** – Громова Ольга, доктор економічних наук, доцент

Обговорено та схвалено:

на засіданні кафедри маркетингу та реклами від 02.09.2024 протокол № 11;

на засіданні вченої ради факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування від 23.09.2024 протокол № 08.

Рецензенти:

Громова Ольга, доктор економічних наук, доцент

Гладько Надія, директор науково-технічного підприємства у формі ТОВ-фірма «ММ Хайтек Лтд», м. Вінниця

Редактор: Фатєєва Т.

Комп'ютерна верстка: Шуляк Н.

Підп. до друку 03.10.2024 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний

Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 1,10.

Обл.-вид. арк. 0,82. Тираж 2. Зам. № 304.

---

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ

21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25

## I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

### **Мета вивчення освітнього компонента (ОП).**

Метою вивчення ОК «Нові медіа та комп'ютерні технології» є формування у здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» ОП «Маркетинг» теоретичних та практичних вмінь та навичок роботи в інтернет-медіа; розуміння глобальних тенденцій розвитку засобів масової комунікації та впливу цих процесів на професійну діяльність; формування навичок роботи з джерелами інформації в мережі Інтернет; усвідомлення специфіки роботи з аудиторією нових медіа; застосування сучасних комп'ютерних технологій для систематизації та удосконалення робочих процесів; засвоєння основ створення контенту для нових медіа та застосування мультимедійних технологій у професійній діяльності.

### **Результати вивчення освітнього компонента, його місце в освітньому процесі.**

ОК «Нові медіа та комп'ютерні технології» є обов'язковим компонентом циклу загальної підготовки, що формує навички створення й підтримки інтернет-медіа, роботи з джерелами інформації та аудиторією; формує знання про специфіку роботи нових медіа, різновиди нових медіа, види контенту; розвиває вміння застосовувати мультимедійні технології.

Результатом вивчення ОК «Нові медіа та комп'ютерні технології» для освітньої програми «Маркетинг» є формування комплексу компетентностей:

– **інтегральна компетентність:** здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

– **загальні компетентності:**

ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

– **спеціальні (фахові) компетентності спеціальності:**

*СК 15. Здатність використовувати інноваційний маркетинговий інструментарій у діяльності ринкових суб'єктів.*

*СК 16. Здатність застосовувати сучасні діджитал-технології у сфері*



маркетингу.

**Програмні результати навчання** здобувачів з ОК «Нові медіа та комп'ютерні технології» є такими:

Р 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Р 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

**Міждисциплінарні зв'язки:** програма упорядкована відповідно до анотації освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів та включає базові знання із основ інформатики та комп'ютерної техніки.

### **Критерії оцінювання результатів навчання**

Критерієм успішного проходження здобувачем вищої освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання освітнього компоненту. Мінімальний пороговий рівень оцінки варто визначати за допомогою якісних критеріїв і трансформувати його в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Критерії оцінювання результатів навчання

| <b>Рівні компетентності</b>    | <b>За шкалою ДТЕУ</b> | <b>Критерії оцінювання</b>  |
|--------------------------------|-----------------------|---|
| 1                              | 2                     | 3   |
| Високий (дослідницький)        | 90-100                | Має обґрунтовані та всебічні знання з освітнього компоненту, вміє узагальнювати та систематизувати набуті знання; самостійно знаходить джерела інформації та працює з ними; проводить власні дослідження, може використовувати набуті знання та вміння при розв'язанні задач. |
| Достатній (частково-пошуковий) | 82-89                 | Володіє навчальним матеріалом, вміє зіставляти та узагальнювати, виявляє творчий інтерес до предмету, виконує завдання з повним поясненням та обґрунтуванням, але допускає незначні помилки; може усвідомити нові для нього факти, ідеї.                                      |

|                               |       |  |
|-------------------------------|-------|--|
|                               | 75-81 | Володіє визначеним програмою навчальним матеріалом; розв'язує завдання, передбачені програмою, з частковим поясненням.                             |
| Елементарний (репродуктивний) | 69-74 | Володіє навчальним матеріалом на репродуктивному рівні; може самостійно розв'язати та пояснити розв'язання завдання.                               |
|                               | 60-68 | Ознайомлений з навчальним матеріалом, відтворює його на репродуктивному рівні; виконує елементарні завдання за зразком або відомим алгоритмом.     |
| Низький (фрагментарний)       | 35-59 | Ознайомлений та відтворює навчальний матеріал на рівні окремих фактів та фрагментів матеріалу; під керівництвом НППІ виконує елементарні завдання. |
|                               | 1-34  | Ознайомлений з навчальним матеріалом на рівні розпізнавання та відтворення окремих фактів.   |

Для очної (денна, вечірня) форми навчання поточна робота оцінюється в 100 балів, підсумковий контроль (екзамен) оцінюється в 100 балів.

До екзамену допускаються всі здобувачі вищої освіти, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів.

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену.

Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).

Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів заочної форми навчання оцінюється в 100 балів, відповідно до Положення про організацію освітнього процесу від 17.06.2024 № 08.

Згідно з цим же Положенням здобувач вищої освіти, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового контролю, має право в день оголошення результатів звернутися із заявою на ім'я директора з проханням переглянути оцінку.

**Обсяг освітнього компоненту в кредитах та його розподіл  
(тематичний план)**

| Назва теми   | Кількість годин         |          |                |                               | Форми контролю              | Бальна оцінка |
|--|-------------------------|----------|----------------|-------------------------------|-----------------------------|---------------|
|  | Усього годин / кредитів | з них    |                |                               |                             |               |
|  |                         | лекції   | лабор. заняття | самостій на робота здобувачів |                             |               |
| 1  | 2                       | 3        | 4              | 5                             | 6                           | 7             |
| <b>Тема 1. Сутність поняття «нові медіа» та основи роботи в мережі</b> | <b>24</b>               | <b>6</b> | <b>6</b>       | <b>12</b>                     | В, Т, УД, П, К, Д           | 10            |
| 1.1. Поняття та характеристика нових медіа                             | 8                       | 2        | 2              | 4                             | В, Т                        | 2             |
| 1.2. Етика спілкування в мережі та основи інтернет-етикету             | 8                       | 2        | 2              | 4                             | УД, П                       | 4             |
| 1.3. Основні засади роботи в мережі                                    | 8                       | 2        | 2              | 4                             | К, Д                        | 4             |
| <b>Тема 2. Основи роботи з інформацією в нових медіа</b>               | <b>32</b>               | <b>8</b> | <b>8</b>       | <b>16</b>                     | РМГ, В, Т, Д, К, УД, П, РПЗ | 16            |
| 2.1. Загальна характеристика та особливості новин в інтернет-медіа     | 8                       | 2        | 2              | 4                             | В, Т, Д                     | 4             |
| 2.2. Інформаційні приводи: особливості пошуку та оцінки                | 8                       | 2        | 2              | 4                             | УД, П                       | 4             |
| 2.3. Джерела інформації для нових медіа                                | 8                       | 2        | 2              | 4                             | РПЗ, К                      | 4             |
| 2.4. Робота з текстами та просування публікацій за допомогою SEO       | 8                       | 2        | 2              | 4                             | РМГ, РПЗ, В                 | 4             |
| <b>Тема 3. Заголовок як ключовий елемент контенту в нових медіа</b>    | <b>16</b>               | <b>4</b> | <b>4</b>       | <b>8</b>                      | РМГ, РПГ, К, Д, П, В        | 10            |
| <b>Тема 4. Робота з зображеннями та дизайн нових медіа</b>             | <b>24</b>               | <b>6</b> | <b>6</b>       | <b>12</b>                     | В, К, Д, П, РЗ, УД, РМГ     | 12            |
| 4.1. Основи роботи з зображеннями та джерела фото контенту             | 8                       | 2        | 2              | 4                             | В, РМГ, РПЗ                 | 4             |
| 4.2. Особливості дизайну контенту в нових медіа                        | 8                       | 2        | 2              | 4                             | УД, Д                       | 4             |
| 4.3. Дизайн інформаційних повідомлень в соціальних мережах             | 8                       | 2        | 2              | 4                             | К, П                        | 4             |

|  |                |           |           |           |                          |            |
|--|----------------|-----------|-----------|-----------|--------------------------|------------|
| <b>Тема 5. Інфографіка та візуалізація інформації для нових медіа</b>                        | <b>24</b>      | <b>6</b>  | <b>6</b>  | <b>12</b> | Д, Т, РМГ, УД, РПЗ, К, П | 12         |
| 5.1. Візуалізація інформації як комунікаційна технологія                                     | 8              | 2         | 2         | 4         | Д, Т, РМГ                | 4          |
| 5.2. Правила спорідненості та об'єднання об'єктів  | 8              | 2         | 2         | 4         | УД, РПЗ                  | 4          |
| 5.3. Основні програми та методи роботи з інфографікою  | 8              | 2         | 2         | 4         | К, П                     | 4          |
| <b>Тема 6. Технології для створення інтерактивного контенту</b>                              | <b>16</b>      | <b>4</b>  | <b>4</b>  | <b>8</b>  | РПЗ, К, П, УД            | 8          |
| <b>Тема 7. Мультимедійні технології для ефективної роботи в мережі. Управління контентом</b> | <b>32</b>      | <b>8</b>  | <b>8</b>  | <b>16</b> | УД, РПЗ, В, РМГ, К, П, Д | 16         |
| 7.1. Механізми роботи з CRM-системами  | 8              | 2         | 2         | 4         | УД, РПЗ                  | 4          |
| 7.2. Ресурси для створення чек листів  | 8              | 2         | 2         | 4         | В, РМГ, К                | 4          |
| 7.3. Інтерактивні онлайн-дошки для спільної роботи   | 8              | 2         | 2         | 4         | РПЗ, К                   | 4          |
| 7.4. Програми для створення інтерактивних тестів   | 8              | 2         | 2         | 4         | П, Д                     | 4          |
| <b>Індивідуальне завдання</b>  | <b>12</b>      |           |           | <b>12</b> | <b>ІЗ</b>                | <b>16</b>  |
| <b>Всього</b>  | <b>180/6</b>   | <b>42</b> | <b>42</b> | <b>96</b> |                          | <b>100</b> |
| <b>Підсумковий контроль</b>  | <b>Екзамен</b> |           |           |           |                          |            |

**Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:**

В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал.

РПЗ – розв'язання практичних завдань – 1 бали.

Т – тестування – 1 бал.

РЗ – розв'язування задач – 2 бали.

Е – есе – 1 бал.

РМГ – робота в малих групах – 1 бал.

П – презентація – 2 бали.

ІЗ – індивідуальні завдання – 16 балів (курси на платформі Prometheus або на інших сервісах – 6 балів; науково-дослідна робота: аналіз блогера, створення простого - - 10 ).

**Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.**

## **II. ПРОГРАМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ**

### **Тема 1. Сутність поняття «нові медіа» та основи роботи в мережі**

Поняття нових медіа. Характеристики нових медіа. Принципи роботи нових медіа. Покоління «цифрових аборигенів» і «цифрових мігрантів»: суттєва різниця та її вплив на сприйняття інформації. Основні ознаки інтернет-медіа. Конвергентні медіа. Переваги і недоліки інтернет-медіа.

Етика спілкування в мережі. Основи інтернет-етикету й правила поведінки у Всесвітній мережі. Основні правила ефективної роботи в Інтернеті. Можливість творчої реалізації та свободи висловлювань для кожного користувача мережі як частина етики інтернет-медіа.

Всесвітня мережа інтернет та її основні характеристики. Основні засади роботи в мережі. Характеристика найпопулярніших платформ, що використовуються в професійній діяльності: Facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok, Telegram, YouTube. Безкоштовні платформи для створення сайтів: Wix, Wordpress, Blogger тощо.

### **Тема 2. Основи роботи з інформацією в нових медіа**

Поняття новини та її основні характеристики. Що не можна називати новиною. Поняття факту та його ознаки. Універсальні ознаки новини. Елементи новини: обов'язкові та варіативні. Структура новини. Робота з новинами як основне завдання будь-якого інтернет-медіа.

Інформаційні приводи: розуміння, пошук, сприйняття. Критерії оцінки інформаційного приводу. Категорії інформаційних приводів. Робота з інформаційними приводами як основним джерелом інформації. Тематика та проблематика інтернет-медіа.

Джерела інформації для нових медіа. Види інформаційних джерел. Методи збору інформації: робота з документами, спостереження, інтерв'ювання. Робота з соціальними мережами. Суспільна журналістика як джерело інформації. Робота з прес-службами та офіційними сайтами.

Робота з текстами як основа професійної діяльності. Ключові правила написання текстів для інтернет-медіа. Методи автоматичної перевірки текстів в браузері. Просування інтернет-медіа за допомогою контенту. Основи SEO. Види текстів, що допомагають у просуванні медіа.

### **Тема 3. Заголовок як ключовий елемент контенту в нових медіа**

Заголовковий комплекс як ключовий елемент новини. Правила створення заголовку для якісної комунікації. Робота з цитатами. Основні заборони при написанні заголовків.

Види заголовків та їх специфікація. Правила створення клікабельних заголовків. Технології створення заголовків. Огляд жанрів для професійної діяльності в інтернет-медіа.

#### **Тема 4. Робота з зображеннями та дизайн нових медіа**

Основні засади роботи з зображеннями. Джерела безкоштовного фотоконтенту. Робота з фотостоками: Unsplash, Pexels, Burst, StockSnap. Правила оформлення зображень в інтернет-медіа. Правила підбору основного фото для новини.

Дизайн новин для інтернет-медіа. Розміщення інформації на сторінці. Дизайн тексту. Ключові елементи дизайну сторінок. Верстка контенту на сайті. Підзаголовки, списки як ключові елементи візуальної комунікації та просування. Візуальне сприйняття інформації аудиторією.

Дизайн та публікація інформаційних повідомлень у соціальних мережах. Основи брендування контенту. Логотипи та індивідуальний стиль інтернет-медіа.

#### **Тема 5. Інфографіка та візуалізація інформації для нових медіа**

Візуалізація інформації як комунікаційна технологія. Мова візуалізації. Типи даних: кількісні, впорядковувані та категорійні. Порівнювані та непорівнювані дані.

Основні принципи зчитування зображень. Візуальний канал сприйняття інформації. Спорідненість об'єктів. Правила об'єднання об'єктів у групи.

Програми для роботи з інфографікою: Inkscape, Canva, Microsoft Excel, KnightLab. Основи роботи з даними для створення інфографіки. Карти, таймлайни, статистика.

#### **Тема 6. Технології для створення інтерактивного контенту**

Створення інтерактивних елементів для сайтів і соціальних мереж: анімації, відео тощо. Основні розміри та формати анімацій. Програми для монтажу відео та анімування: Blender, Adobe Animate, Quik, Canva, VistaCreate.

Правила створення анімації. Основні принципи анімації. Розробка технічного завдання та сценарію анімації.

#### **Тема 7. Мультимедійні технології для ефективної роботи в мережі. Управління контентом**

CRM-системи: поняття, переваги роботи з CRM-системами. Основні види CRM-систем.

Безкоштовні можливості для роботи: CRM-системи Trello, SendPulse. Порядок роботи всередині CRM-систем.

Створення та поширення чеклистів. Ресурс для уніфікації посилань shor.by. Ресурс для скорочення посилань cutt.ly. Створення мудбордів для роботи за допомогою інтернет-платформ SampleBoard, Milanote. Онлайн-дошки як ефективні інструменти для спільної роботи та навчання: Miro, Awwap. Хмарні технології та сервіси Google як основа роботи в мережі.

Програми для створення та інтеграції інтерактивних тестів: Google Forms, Apester. Програма для швидкого тестування аудиторії SurveyMonkey.

## СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ

| Результати навчання  | Навчальна діяльність  | Робочий час студента (год.) |
|--|---|-----------------------------|
| <i>1</i>   | <i>2</i>  | <i>3</i>                    |
| <p><b>Знати:</b><br/>Основні принципи роботи з інтернет-медіа, ознаки, що відрізняють нові медіа від інших типів ЗМІ, як визначати особливості аудиторії та окреслювати тематику власного медіа, ставити перед собою комунікаційні цілі та досягати їх. Розуміти засади роботи в мережі, знати основні платформи для створення сайтів та соціальні мережі, розуміти основні переваги та недоліки цих платформ. Знати методи перевірки ефективності комунікації в інтернет-медіа.</p> | <p><b>Тема 1. Сутність поняття «нові медіа» та основи роботи в мережі</b><br/><b>Тема 1.1. Поняття та характеристика нових медіа</b><br/><b>Лекція № 1</b><br/>План лекції:<br/>1. Основи інтернет-етикету та роботи в мережі.<br/>2. Характеристика основних ознак інтернет-медіа.<br/>3. Тематика та проблематика мережевих медіа.</p>  | 2                           |
|  | <p><b>Тема 1.2. Етика спілкування в мережі та основи інтернет-етикету</b><br/><b>Лекція № 2</b><br/>План лекції:<br/>1. Етика спілкування в мережі.<br/>2. Основи роботи в мережі: правила етикету.<br/>3. Правила ефективної роботи в інтернет-медіа.</p>  | 2                           |
|  | <p><b>Тема 1.3. Основні засади роботи в мережі</b><br/><b>Лекція № 3</b><br/><b>План лекції:</b><br/>1. Основні характеристики мережі Інтернет.<br/>2. Характеристика найпопулярніших соціальних медіаплатформ.<br/>3. Безкоштовні майданчики для створення сайтів: Wix, Wordpress, Blogger тощо.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/>Основні: 1 – 7;<br/>Додаткові: 8 – 12;<br/>Інтернет-ресурси: 13 – 20.</p>  | 2                           |
| <p><b>Вміти:</b><br/>Створювати власні сайти на безкоштовних платформах, робити просту рубрикацію та оформлення сайту, наповнювати сайт контентом.</p>   | <p><b>Самостійна робота здобувачів:</b><br/>Вивчення та доповнення матеріалів лекцій, підготовка до лабораторних занять № 1 – 3.<br/><i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i><br/>Переваги та недоліки основних платформ та соціальних медіа: Facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok, Telegram, YouTube, Telegram тощо. Основні правила роботи на найпопулярніших інтернет-майданчиках. Методи перевірки ефективності комунікації в інтернет-медіа.<br/>Підготовка власного медіа: розробка концепції, створення сайту, наповнення контентом.</p> | 12                          |

|  |   |                  |
|--|---|------------------|
|  | <p><b>Лабораторне заняття № 1</b><br/>Розробка концепції власного видання, пошук тематики, створення рубрикації.</p> <p><b>Лабораторне заняття № 2</b><br/>Створення сайту на платформі Wix. Рубрикація сайту, візуальне оформлення.</p> <p><b>Лабораторне заняття № 3</b><br/>Створення прикладів контенту для сайту із застосуванням вивчених правил написання тексту.</p>  | 2<br>2<br>2      |
| <p><b>Знати:</b><br/>Правила роботи з новинами в інтернет-медіа: де шукати, як опрацьовувати й розміщувати на сайті; що таке інформаційний привід, які інформаційні приводи можна використовувати, які існують категорії інформаційних приводів та як працювати із кожною з них; основні джерела інформації для інтернет-медіа, правила роботи з кожним видом джерел, правила посилань на джерела. Основи SEO-просування текстів, які тексти можуть допомогти у просуванні.</p> <p><b>Вміти:</b><br/>Знаходити новини за темою власного видання, працювати з джерелами інформації, відрізняти інформаційні</p> | <p><b>Тема 2. Основи роботи з інформацією в нових медіа</b><br/><b>Тема 2.1. Загальна характеристика та особливості новин в інтернет-медіа</b><br/><b>Лекція № 4</b><br/>План лекції:<br/>1. Поняття та основні ознаки новини.<br/>2. Основні елементи новини.<br/>3. Робота з новинами в інтернет-медіа.</p> <p><b>Тема 2.2. Інформаційні приводи: особливості пошуку та оцінки</b><br/><b>Лекція № 5</b><br/>План лекції:<br/>1. Характеристика поняття «інформаційний привід».<br/>2. Категорії інформаційних приводів.<br/>3. Пошук та оцінка інформаційних приводів.</p> <p><b>Тема 2.3. Джерела інформації для нових медіа</b><br/><b>Лекція № 6</b><br/>План лекції:<br/>1. Джерела інформації для нових медіа.<br/>2. Види джерел інформації.<br/>3. Методи збору інформації.<br/>4. Робота з соціальними мережами як джерелом інформації.</p> <p><b>Тема 2.4. Робота з текстами та просування публікацій за допомогою SEO</b><br/><b>Лекція № 7</b><br/>План лекції:<br/>1. Оптимізація публікацій під пошукову видачу.<br/>2. Види SEO-текстів.<br/>3. Мета, характеристики та методи створення SEO-публікацій.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/>Основні: 1 – 7;<br/>Додаткові: 8 – 12;</p> | 2<br>2<br>2<br>2 |



|  |   |    |
|--|---|----|
| приводи від іншої інформації, користуватися джерелами правильно та етично, писати SEO-тексти.  | <p>Інтернет-ресурси: 13 – 20.</p> <p><b>Самостійна робота здобувачів:</b><br/> Вивчення та доповнення матеріалів лекцій, підготовка до лабораторних занять № 4 – 7.<br/> <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i><br/> Перевірка інформації: правила, види перевірки, джерела перевірки інформації. Суспільна журналістика як джерело інформації.<br/> Підготовка контенту для власного медіа: пошук інформаційних приводів, написання матеріалів.</p> | 16 |
|  | <p><b>Лабораторне заняття № 4</b><br/> Знайти 3 новини згідно з концепцією власного видання та переписати їх відповідно до правил роботи з текстами. Розмістити на сайті.</p>   | 2  |
|  | <p><b>Лабораторне заняття № 5</b><br/> Зробити добірку тематичних інформаційних приводів до кожної з вивчених категорій: об’єктивні, повторювані, організовані.</p>   | 2  |
|  | <p><b>Лабораторне заняття № 6</b><br/> Створити добірку з 20 джерел інформації різних типів: офіційні джерела, зарубіжні медіа, інфлюенсери та офіційні особи в соціальних мережах.</p> <p><b>Лабораторне заняття № 7</b><br/> Створити SEO-статтю відповідно до тематики свого сайту з використанням ключових слів.</p>  | 2  |
| <p><b>Знати:</b><br/> Що таке заголовок, основні правила його створення, як працювати з цитатами у заголовки, як уникати перекручення та спотворення інформації у заголовку, які існують види заголовків, технології створення заголовків.</p> | <p><b>Тема 3. Заголовок як ключовий елемент контенту в нових медіа</b><br/> <b>Лекція № 8</b><br/> План лекції:<br/> 1. Поняття заголовку та заголовкового комплексу.<br/> 2. Вимоги до заголовків у нових медіа.<br/> 3. Основні правила створення заголовків.</p>   | 2  |
|  | <p><b>Лекція № 9</b><br/> План лекції:<br/> 1. Види заголовків.<br/> 2. Обов’язкові та варіативні елементи заголовку.<br/> 3. Технології створення заголовків.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/> Основні: 1 – 7;<br/> Додаткові: 8 – 12;<br/> Інтернет-ресурси: 13 – 20.</p>  | 2  |

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
| <p><b>Вміти:</b><br/>Створювати клікабельні заголовки, створювати правдиві та неманіпулятивні заголовки, вміти добирати заголовки до різних типів контенту.</p>  | <p><b>Самостійна робота здобувачів:</b><br/>Вивчення та доповнення матеріалів лекцій, підготовка до лабораторних занять № 8 – 9.<br/><i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i><br/>Основні правила та заборони у роботі із заголовками.<br/>Огляд жанрів для професійної діяльності в інтернет-медіа.<br/>Створення заголовків різних типів для власних медіа.</p> | 8 |   |
|  | <p><b>Лабораторне заняття № 8</b><br/>Підбір інформації за темою власного медіа та створення різних варіантів заголовків.</p>  | 2 |   |
|  | <p><b>Лабораторне заняття № 9</b><br/>Розв'язання ситуаційних завдань зі створення заголовків різних типів для матеріалів, фото, повідомлень у соціальних мережах тощо.</p>  | 2 |   |
| <p><b>Знати:</b><br/>Основні правила роботи із зображеннями, ключові фотостоки та інші джерела фотоконтенту для медіа, правила підбору основного фото, основи верстки та дизайну публікацій на сайтах та у соціальних мережах, основи брендування контенту.</p> <p><b>Вміти:</b><br/>Знаходити та правильно оформлювати фото для своїх публікацій, оформлювати якісні за дизайном та читабельні публікації, створювати елементарне брендування своїх</p> | <p><b>Тема 4. Робота з зображеннями та дизайн нових медіа</b><br/><b>Тема 4.1. Основи роботи з зображеннями та джерела фотоконтенту</b><br/><b>Лекція № 10</b><br/>План лекції:<br/>1. Основні правила роботи з зображеннями.<br/>2. Джерела фотоконтенту для інтернет-медіа: фотостоки як основне джерело.<br/>3. Правила пошуку та публікації головного фото.</p>          | 2 |   |
|  | <p><b>Тема 4.2. Особливості дизайну контенту в нових медіа</b><br/><b>Лекція № 11</b><br/>План лекції:<br/>1. Основи дизайну та оформлення публікацій в нових медіа.<br/>2. Верстка контенту на сайті: правила та особливості.<br/>3. Основні візуальні елементи публікації.</p>   |   | 2 |
|  | <p><b>Тема 4.3. Дизайн інформаційних повідомлень в соціальних мережах</b><br/><b>Лекція № 12</b><br/>План лекції:<br/>1. Вимоги до дизайну та оформлення публікацій у соціальних мережах.<br/>2. Основи брендування контенту.<br/>3. Індивідуальний стиль інтернет-медіа.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/>Основні: 1 – 7;</p>                                       |   | 2 |

|  |  |        |
|--|--|--------|
| матеріалів для соціальних мереж.   | Додаткові: 8 – 12;<br>Інтернет-ресурси: 13 – 20.   |        |
|  | <b>Самостійна робота здобувачів:</b><br>Вивчення та доповнення матеріалів лекцій, підготовка до лабораторних занять № 10 – 12.<br><i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i><br>Робота з фотостоками. Візуальне сприйняття інформації аудиторією. Основи розробки логотипів. Основи візуального сторітелінгу.<br>Підготовка фотоконтенту для власного видання: фоторепортажу, постановочних фото, портретних фото, подієвих фото.   | 12     |
|  | <b>Лабораторне заняття № 10</b><br>Зробити добірку фото для 3 новин за тематикою свого сайту. Оформити фото згідно з вивченими правилами. Добрати основне фото до кожної з новин за правилами. Обґрунтувати свій вибір.  | 2      |
|  | <b>Лабораторне заняття № 11</b><br>Написати і зверстати текст на сайт, застосовуючи усі вивчені правила дизайну контенту для інтернет-медіа.<br><b>Лабораторне заняття № 12</b><br>Зробити пости для 3 соціальних мереж на вибір, написати для них заголовки, використати правила дизайну постів. Використати свої розробки: брендові кольори, логотип тощо.   | 2<br>2 |
| <b>Знати:</b><br>Що таке інфографіка та візуалізація, основні принципи візуалізації інформації; які бувають типи даних та як візуалізувати кожен із них. Правила об'єднання об'єктів згідно з психологією зчитування інформації. Програми для створення інфографіки. | <b>Тема 5. Інфографіка та візуалізація інформації для нових медіа</b><br><b>Тема 5.1. Візуалізація інформації як комунікаційна технологія</b><br><b>Лекція № 13</b><br>План лекції:<br>1. Візуалізація інформації: основні види, їх характеристика та особливості.<br>2. Типи даних, що можуть бути використані для візуалізації.<br>3. Порівнювані та непорівнювані дані і їх ознаки.<br><b>Тема 5.2. Правила спорідненості та об'єднання об'єктів</b><br><b>Лекція № 14</b><br>План лекції:<br>1. Принципи роботи з візуалізованими зображеннями.<br>2. Візуальний канал сприйняття інформації.<br>3. Правила об'єднання об'єктів в групи. | 2<br>2 |

|  |  |                   |
|--|--|-------------------|
| <p><b>Вміти:</b><br/>Створювати прості візуалізації: графіки, цифрові плакати, а також описувати їх текстом та розміщувати на сайті.</p>   | <p><b>Тема 5.3. Основні програми та методи роботи з інфографікою</b><br/><b>Лекція № 15</b><br/>План лекції:<br/>1. Програми для створення інфографіки: Inkscape, Canva, Microsoft Exel, KnightLab.<br/>2. Види інфографіки та їх ознаки.<br/>3. Основні правила роботи з даними при візуалізації.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/>Основні: 1 – 7;<br/>Додаткові: 8 – 12;<br/>Інтернет-ресурси: 13 – 20.</p>                              | <p>2</p>          |
|  | <p><b>Самостійна робота здобувачів:</b><br/>Вивчення та доповнення матеріалів лекцій, підготовка до лабораторних занять № 13 – 15.<br/><i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i><br/>Цифровий плакат. Пошук статистики для інфографіки. Основні помилки у роботі з інфографікою. Динамічна візуалізація. Таймлайни. Покрокова підготовка власного проекту: підбір даних та створення інфографіки.</p>                                    | <p>12</p>         |
|  | <p><b>Лабораторне заняття № 13</b><br/>Пошук статистичних даних для створення інфографіки за темою власного проекту. Підбір референсів.</p>  | <p>2</p>          |
|  | <p><b>Лабораторне заняття № 14</b><br/>Створення схеми інфографіки, робота над візуальним оформленням інформації.</p>  | <p>2</p>          |
|  | <p><b>Лабораторне заняття № 15</b><br/>Створення інформативного цифрового плакату.</p>   | <p>2</p>          |
| <p><b>Знати:</b><br/>Основні види інтерактивних елементів на сайті, формати, потрібні для розміщення в мережі, програми для роботи з інтерактивними елементами. Основи роботи з електронними виданнями, програми та методи для їх створення.</p> | <p><b>Тема № 6. Технології для створення інтерактивного контенту</b><br/><b>Лекція № 16</b><br/>План лекції:<br/>1. Види інтерактивних елементів для сайтів.<br/>2. Основні формати інтерактивних елементів.<br/>3. Програми для роботи з інтерактивними елементами.</p> <p><b>Лекція № 17</b><br/>План лекції:<br/>1. Правила створення анімації.<br/>2. Основні принципи анімації.<br/>3. Розробка технічного завдання та сценарію анімації.</p> | <p>2</p> <p>2</p> |

|  |  |                     |
|--|--|---------------------|
| <p><b>Вміти:</b><br/>Створювати прості інтерактивні елементи: відео, анімації, створювати прості електронні видання.</p>   | <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/>Основні: 1 – 7;<br/>Додаткові: 8 – 12;<br/>Інтернет-ресурси: 13 – 20.</p>   |                     |
|  | <p><b>Самостійна робота здобувачів:</b><br/>Вивчення та доповнення матеріалів лекцій, підготовка до лабораторних занять № 16 – 17.<br/><i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i><br/>Основні принципи монтажу відеоматеріалів. Мета і завдання створення електронних видань. Основи дизайну електронних видань. Просування електронних видань.<br/>Створення власного електронного видання: інтерактивного PDF.</p>  | 8                   |
|  | <p><b>Лабораторне заняття № 16</b><br/>Створення інтерактивного новинного ролика на обрану тему з використанням анімації.</p>  | 2                   |
|  | <p><b>Лабораторне заняття № 17</b><br/>Створення навчального видання у вигляді інтерактивного PDF.</p>   | 2                   |
| <p><b>Знати:</b><br/>Що таке CRM, основи роботи в CRM-системах, які існують ресурси для створення чеклистів, мудбордів, спільної роботи над дошками; знати про тести як інтерактивний елемент та ресурси для їх створення.</p> <p><b>Вміти:</b><br/>Створювати дошки, чеклисти, мудборди, тести, скорочувати осилання, збирати посилання на одній сторінці тощо.</p> | <p><b>Тема 7. Мультимедійні технології для ефективної роботи в мережі. Управління контентом</b><br/><b>Тема 7.1. Характеристика CRM-систем</b><br/><b>Лекція №18</b><br/>План лекції:<br/>1. Поняття CRM-систем.<br/>2. Основні переваги роботи в CRM-системах.<br/>3. Програми для роботи в CRM-системах: Trello, SendPulse.</p> <p><b>Тема 7.2. Механізми роботи з CRM-системами</b><br/><b>Лекція № 19</b><br/>План лекції:<br/>1. Можливості роботи в CRM-системах.<br/>2. Порядок роботи всередині систем.<br/>3. Методи контролю спільної роботи.</p> <p><b>Тема 7.3. Ресурси для створення мудбордів та чеклистів</b><br/><b>Лекція № 20</b><br/>План лекції:<br/>1. Інтернет-ресурси для створення мудбордів: SampleBoard, SampleBoard, Milanote.<br/>2. Використання онлайн-дошок Miro, Awwap, ресурсів cut.ly та shor.by у спільній роботі.<br/>3. Використання хмарних технологій та сервісів Google у спільній роботі.</p> | 2<br><br>2<br><br>2 |

|  |   |                  |
|--|---|------------------|
|  | <p><b>Тема 7.4. Програми для створення інтерактивних тестів</b><br/> <b>Лекція № 21</b><br/> План лекції:<br/> 1. Тести як інтерактивний елемент в нових медіа.<br/> 2. Ресурси для розробки тестів: Google Forms, Apester.<br/> 3. Програми для отримання негайної відповіді від аудиторії SurveyMonkey.</p> <p><b>Рекомендовані джерела:</b><br/> Основні: 1 – 7;<br/> Додаткові: 8 – 12;<br/> Інтернет-ресурси: 13 – 20.</p>   | 2                |
|  | <p><b>Самостійна робота здобувачів:</b><br/> Вивчення та доповнення матеріалів лекцій, підготовка до лабораторних занять № 18 – 21.<br/> <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i><br/> Налаштування бізнес-процесів у CRM-системах.<br/> Створення дорожніх карт та ментальних карт за допомогою онлайн-інструментів. Джерела інформації для інтерактивних тестів.</p>   | 16               |
|  | <p><b>Лабораторне заняття № 18</b><br/> Спільна робота в CRM-системі: постановка задач, створення чеклистів, звіти про виконання.</p> <p><b>Лабораторне заняття № 19</b><br/> Створення та брендинг сторінки із корисними посиланнями за темою студентського сайту.</p> <p><b>Лабораторне заняття № 20</b><br/> Розробка мудборду, що допоможе покращити студентський проєкт, розробка нової тематики і «дорожньої карти» розвитку сайту.</p> <p><b>Лабораторне заняття № 21</b><br/> Розроблення інтерактивного тесту та його публікація.</p>    | 2<br>2<br>2<br>2 |
| <p><b>Знати</b> основні поняття та інструменти медіа та комп'ютерних технологій.<br/> <b>Проводити</b> дослідження інфлюенсерів та вміти створювати прості веб-сайти</p> | <p><b>Індивідуальне завдання</b><br/> 1) <i>Аналіз блогера:</i> Виберіть популярного блогера у вашій ніші інтересів. Проаналізуйте його контент, аудиторію, стратегію просування та монетизації. Створіть презентацію, де ви порівняєте цього блогера з іншим, менш відомим.<br/> 2) <i>Створення простого веб-сайту:</i> За допомогою конструктора веб-сайтів створіть простий сайт на задану тему (хобі, проєкт, портфоліо). Зверніть увагу на юзабіліті та візуальну естетику.<br/> 3) Курси на платформі Prometheus або на інших сервісах</p> | 12               |
| <p><b>Всього</b></p>   |   | 180/6            |

### III. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

#### Основні:

1. Городенко Л. Новітні медіа : конспект лекцій. КНУ ім. Тараса Шевченка, 2020. 241 с.
2. Досенко А., Погребняк І. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери. Київ. 2020.
3. Захарченко А. П. Інтернет-медіа : інтерактивний навчальний посібник / Артем Петрович Захарченко. Тернопіль : Крок, 2014. 198 с.
4. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.
5. Новітні медіа : Методичні вказівки для здобувачів 4 курсу першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 «Журналістика». Одеса, 2020. 26 с.
6. Срібняк І. Історія журналістики: виникнення та розвиток новинних масмедіа в країнах Європи, Азії та Північної Америки (XVII-XX ст.). Підручник для студентів вищих навчальних закладів. Міжнародний науковоосвітній консорціум імені Люсьєна Февра. 2018. С. 146–147.
7. Стеблина Н. О. Цифрові інструменти для медіааналітика. Одеса: Фенікс, 2023, 90 с.

#### Додаткові:

8. *News Lab*. 2017. URL: <https://newslab.withgoogle.com/>
9. Артамонова І. Актуальні тенденції дизайну сучасних періодичних видань. Інформаційний простір України. 2017. С. 5 – 8.
10. Новосельський І. Конвергенція медіа як чинник розвитку інформаційного простору України: політологічний аспект. Політичні інститути та процеси. Випуск 3. 2020. С. 58 – 64.
11. Шевченко В. Е. Художньо-технічне оформлення видань різних видів. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1815>
12. Якубетц Х. Інтернет-журналістика. Журналістська практика. URL: [www.onlinejournalismus.org/berufsbild\\_crossmedia.html](http://www.onlinejournalismus.org/berufsbild_crossmedia.html)

#### Інтернет-ресурси:

13. 8 цифрових функцій, які повинне мати кожне онлайн-видання. URL: <https://ms.detector.media/how-to/post/13981/2015-08-17-8-tsyfrovykh-funktsiy-yaki-povynne-maty-kozhne-onlayn-vydannya>

14. Діджиталізація нині у тренді Оголошено курс на активізацію розвитку електронних інформаційних ресурсів та послуг. Урядовий кур'єр. <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/didzhitalizaciya-nini-u-trendi/>
15. Конвергентні медіа: поради Ніколая Крістенсена і Вілфріда Руєттена. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/10268/2011-03-01-konvergentni-media-porady-nikolaya-kristensena-i-vilfrida-ruettena/>
16. Конвергентність та мультмедійність медіа в XXI столітті. URL: <https://medialiteracy.org.ua/konvergentnist-ta-multmedijnisnist-media-v-hhi-stolitti/>
17. Основи SEO-просування: що потрібно знати про ваш сайт. URL: <https://it-kitchen.com.ua/chy-potribno-znaty-seo-shhob-prosuvaty-vlasnyj-sajt/>
18. Попри зростання впливу соцмереж на суспільну думку, їх діяльність досі не регулюється – експерти. URL: <https://detector.media/community/article/181943/2020-10-27-popry-zrostannya-vplyvu-sotsmerezh-na-suspilnu-dumku-ikh-diyalnist-dosi-ne-regulyuietsya-eksperty/>
19. Стан української мови. Щорічний моніторинг: після сплеску використання української на телебаченні і в послугах, у цих сферах знову зросла частка російської. Інфографіка від Texty.org.ua. URL: [https://texty.org.ua/articles/97860/Stan\\_ukrajinskoji\\_movy\\_Shhorichnyj\\_monitoryng\\_pisla\\_splesku-97860/](https://texty.org.ua/articles/97860/Stan_ukrajinskoji_movy_Shhorichnyj_monitoryng_pisla_splesku-97860/)
20. Як виділитися в соцмережах: Тренди в контенті на 2023 рік. URL: <https://investory.news/yak-vidilitisya-v-socmerezhax-trendi-v-kontenti-na-2023-rik/>