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
29.09.2025
протокол № 12, п. 13

ВВЕДЕНО В ДІЮ
Наказ від 29.09.2025 № 180

ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКА / ONLINE JOURNALISM

РОБОЧА ПРОГРАМА

Ступінь вищої освіти	«бакалавр» /	«bachelor»
Галузь знань	06 «Журналістика» /	«Journalism»
Спеціальність	061 «Журналістика» /	«Journalism»
Освітня програма	«Реклама і зв'язки з громадськістю» /	«Advertising and public relations»

Вінниця 2025

Розробник: Танасійчук Альона, доктор економічних наук, професор;
Горова Віталіна, кандидат історичних наук, доцент

Гарант освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» – Танасійчук Альона, доктор економічних наук, професор

Обговорено та схвалено:
на засіданні кафедри маркетингу та реклами від 01.09.2025 протокол №13;
на засіданні вченої ради факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування від 18.09.2025 протокол №08.

Рецензенти:
Громова Ольга, доктор економічних наук, професор

Липовий Володимир, директор МКП_ІТА «Віта»

Редактор: Фатєєва Т.
Комп'ютерна верстка: Шуляк Н.

Підп. до друку 30.10.2025 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 0,98.
Обл.-вид. арк. 0,71. Тираж 2. Зам. № 522.

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25

І. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Мета вивчення освітнього компонента (ОП).

Формування комплексу фундаментальних теоретичних знань та практичних навичок з питань організації та засад функціонування інтернет-журналістики.

Результати вивчення освітнього компонента, його місце в освітньому процесі.

ОК «Інтернет-журналістика» є обов'язковим компонентом циклу професійної підготовки, що поглиблює підготовку здобувачів вищої освіти у знанні становлення та розвитку інтернет-журналістики, історії Мережі, опанування основ організації роботи мережевого журналіста, набуття практичних навичок щодо підготовки контенту для інтернет-медіа та розроблення концепції власного мережевого медіа.

Результатом вивчення ОК «Інтернет-журналістика» для освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» 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:

– ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

– ЗК8. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

–ЗК13. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь яких інших проявів недоброчесності.

– спеціальні компетентності спеціальності:

–СК2. Здатність формувати інформаційний контент.

–СК3. Здатність створювати медіапродукт.

–СК5. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

–СК6. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.

–СК7. Здатність застосовувати рекламно-інформаційні технології для управління репутацією як у звичайному режимі, так і в умовах кризових ситуацій, воєнного стану.

Програмні результати навчання здобувачів з ОК «Інтернет-журналістика» полягають:

– Р1. пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.

– Р2. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

– Р4. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

– Р5. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

– Р8. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

– Р13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

– Р17 Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

Міждисциплінарні зв'язки: програма упорядкована відповідно до анотації освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів, базується на вивченні таких обов'язкових освітніх компонент, як «Масові комунікації», «Журналістика», «Права людини в професійній діяльності», «Теорія зв'язків з громадськістю», «Реклама».

Критерії оцінювання результатів навчання.

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання ОК. 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

Рівні компетентності	За шкалою ДТЕУ	Критерії оцінювання
Високий (дослідницький)	90-100	Має обґрунтовані та всебічні знання з дисципліни, 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 викладача 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 компонента для здобувачів заочної форми навчання оцінюється в 100 балів, відповідно до Положення про організацію освітнього процесу від 17.06.2024 № 08 (зі змінами від 25.11. 2024, протокол №12).

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 компонента в кредитах та його розподіл (тематичний план)

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю	Бальна оцінка
	Всього годин/ кредитів	З них				
		Лекції	Лабораторні	СРС		
Тема 1. Основні поняття та особливості інтернет-журналістики	14	2	4	8	В, РПЗ, П	8
Тема 2. Проблема ідентифікації інтернет-медіа.	14	2	4	8	В, РПЗ, П	8
Тема 3. Правові основи та етичні аспекти в інтернет-журналістиці	8	2	2	4	В, РПЗ, П	4
Тема 4. Специфічні властивості інтернет-медіа	16	4	4	8	В, РПЗ, П	8
Тема 5. Специфіка підготовки контенту для онлайн-журналістики	22	4	6	12	В, РПЗ, РМГ, Т	12
Тема 5.1. Створення ефективних інтернет-заголовків	8	2	2	4	В, РПЗ, РМГ, Т	4
Тема 5.2. Особливості побудови текстів для інтернет-журналістики.	14	2	4	8	В, РПЗ, РМГ, Т	8
Тема 6. Жанрові особливості та стилі в інтернет-журналістиці	22	4	6	12	В, РПЗ, П	12
Тема 7. Блоги в онлайн-медіа	14	2	4	8	В, РПЗ, П	8
Тема 8. Соціальні мережі та месенджери як інструментарій журналіста	22	4	6	12	В, РПЗ, П	12
Тема 9. Створення та просування інтернет-медіа	22	4	6	12	В, РПЗ, РМГ, Т	12
Індивідуальне завдання	26			26	ІЗ	16
Разом за семестр	180/6	28	42	110		100
Підсумковий контроль - екзамен						
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 (творчий проєкт / участь у наукових заходах). КР – курсова робота та захист – 100 балів. **Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.**						

ІІ. ПРОГРАМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

ТЕМА 1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКИ

Предмет і завдання курсу «Інтернет-журналістика». Визначення та особливості інтернет-журналістики. Веб-технології журналістики. Роль і місце інтернет-журналістики в системі сучасних медіа. Історія і розвиток мережі епох Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0. Розвиток українського сегменту Інтернету. Становлення та розвиток інтернет-медіа у світі та в Україні. Основні правила і структура HTML. Інтернет як глобальний діалог та полілог. Формування концепції «шоку майбутнього» («футурошок»). Нові слова, їх утворення та виникнення.

ТЕМА 2. ПРОБЛЕМА ІДЕНТИФІКАЦІЇ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА.

Дотримання професійних стандартів в інтернет-журналістиці. Розділення поняття «інтернет-журналістика» і «Інтернет» у розумінні технологічної платформи. Інтернет-журналістика у системі сучасних медіа. Парадокси веб-журналістики. Критерії ідентифікації онлайн-медіа. Агреатори новин та особливості їх діяльності. Поняття та явище «новинного порталу». Визначення рівня потужності мережі з позиції сучасності. Аналіз діяльності журналістів сучасного періоду розвитку галузі.

ТЕМА 3. ПРАВОВІ ОСНОВИ ТА ЕТИЧНІ АСПЕКТИ В ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИЦІ.

Законодавчі засади в Україні про медіа та публікації в Інтернеті. Проблеми авторського права та етичного характеру в Інтернеті та інтернет-журналістиці. Нетикет – культура спілкування в Інтернеті. Визначення плагіату, його види. Копіпаст (білий, сірий, чорний). Конфлікти в Мережі. Замовні матеріали та їх ознаки. Реклама в інтернет-журналістиці. Критика.

ТЕМА 4. СПЕЦИФІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА

Медіа-інтеграція та медіа-конвергенція. Сайт як основна частина конвергентного медійного проєкту. Веб-інтегрованість. Глобалізація інформації та потенціал сучасних інтернет-медіа. Сутність поняття про гіпертекст в онлайн-матеріалах, основні види та правила роботи з гіперпосиланнями. Специфіка архітектури гіпертексту. Вузли. Зв’язки. Інтерфейс користувача. Шляхи й навігація. Конвент гіпертексту. Властивості веб-публікацій: інтерактивність, персональний підхід, інфоцентричність, миттєвість, взаємопов’язуваність, економічність. Додана вартість: надшвидкість, гіпертекстуальність, мультимедійність, інтерактивність. Мультимедійні засоби: визначення і проблеми. Аудіо і відео Персоналізація.

ТЕМА 5. СПЕЦИФІКА ПІДГОТОВКИ КОНТЕНТУ ДЛЯ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛІСТИКИ.

Тема 5.1. Створення ефективних інтернет-заголовків Елементи вхідної сторінки. Фокус. Навігація. Розділ «Про нас». Основні вимоги до заголовків в інтернет-медіа, їх функціональність. Асоціації. Заголовок як частина творчого задуму.

Зв’язка «слабкий заголовок/сильний підзаголовок». Використання штампів. Мікроштампи. Уточнення. Вибір дієслова. Логічний наголос. Гра слів та іронія в заголовках. Унікальний заголовок і посередній текст. Цитати в заголовку. Формат заголовка. Підзаголовки, резюме, анотації, врізки.

Тема 5.2. Особливості побудови текстів для інтернет-журналістики. Особливості сприйняття інформації в Інтернеті. Явище інформаційного перевантаження. Робота над композицією текстів для інтернет-видань. Лаконічність як загальна вимога до організації тексту. Робота за принципом перевернеої піраміди. Стилі інтернет-журналістики. Захоплення й утримування уваги. Прийоми пожвавлення матеріалу. Використання прикладів та ілюстрацій. Мова і стиль. Достовірність та акуратність. Дизайн хорошої новини.

ТЕМА 6. ЖАНРОВІ ОСОБЛИВОСТІ ТА СТИЛІ В ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИЦІ

Здатність Інтернету передавати інформацію за допомогою різних медійних платформ і в різних конфігураціях. Створення мультимедійних і синтетичних жанрів. Особливості існування класичних новинних жанрів журналістики (замітка, репортаж та інтерв’ю) в мережевих виданнях. Трансформація аналітичних жанрів (кореспонденція, стаття, огляд, коментар, рецензія) до потреб інтернет аудиторії. Особливості Інтернет-новин. Характеристика жанрів: «самарі», реферат («підсумки»), рейтинг, некролог, інсайд, огляд, реакція, популярний виклад. Сутність рерайтингу. Явище гібридизації жанрів. Специфіка роботи редактора стрічки новин.

ТЕМА 7. БЛОГИ В ОНЛАЙН-МЕДІА

Особливості блогосфери. Характеристика блогів та їх класифікація. Основні відмінності блогосфери від традиційної журналістики. Сайти колективного блогінгу. Вузькотематичні сайти одного або декількох постійних авторів. Особливості написання текстів для блогів. Створення власного авторського блогу. Змістовне наповнення авторського блогу.

ТЕМА 8. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА МЕСЕНДЖЕРИ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЖУРНАЛІСТА

Особливості споживання інформації в Інтернеті. Соціальні медіа як джерело інформації та спосіб її перевірки. Налагодження зворотнього зв’язку з читачами. Можливості просування журналістських матеріалів. Поняття нетворкінгу. Основні інструменти соціальних медіа для журналістів. Поняття краудсорсінгу. Принципи ефективного використання різних соціальних мереж. Ефективне використання Фейсбук, самопросування журналіста у ньому: блок інформації про себе; особливості репостингу, трансляція рішень, а не проблем; баланс між «колом уваги» і «колом проблем». Наведення «соціальних доказів». Цільова аудиторія. Повторне представлення вигідної для себе інформації. Створення Телеграм-каналу та його просування. Підвищення продуктивності праці.

ТЕМА 9. СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА

Розроблення концепції онлайн-видання. Компоненти концепції інтернет-медіа. Інформаційна ніша видання. Назва і гасло сайту. Мета і завдання інтернет-ресурсу. Особливості ресурсу (що його відрізняє від інших у тому ж сегменті). Творці онлайн-проєкту (сайту), склад команди. Цільова аудиторія, на яку орієнтується сайт. Контент сайту (тематика, проблематика, жанри, заголовки, побудова матеріалів), його інформаційна політика. Структура сайту (рубрики, навігація, інтеграція з іншими сайтами). Шляхи його фінансування. Особливості просування сайту та можливості його розвитку.

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Результати навчання	Навчальна діяльність	Робочий час здобувача, год.
1	2	3
ТЕМА 1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКИ		
Розуміти і знати предмет, завдання курсу «Інтернет-журналістика», сутність основних понять та особливості інтернет-журналістики, її становлення у світі та в Україні	***Лекція № 1*** План лекції: 1. Предмет і завдання курсу «Інтернет-журналістика». 2. Сутність поняття «інтернет-журналістика». 3. Становлення та розвиток інтернет-медіа у світі та в Україні. *Рекомендовані джерела:* Основні: 3, 4, 7, 8, 12, 13. Додаткові: 14, 15, 20,21. Інтернет ресурси: 22-29.	2
	Самостійна робота здобувача Історія і розвиток мережі епох Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0. Розвиток українського сегменту Інтернету. HTML – мова розмітки гіпертексту. Основні правила і структура HTML. Інтернет як глобальний діалог та полілог. Формування концепції «шоку майбутнього» («футурошок»).	8
	Лабораторні заняття № 1-2 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення практичних завдань***	4
ТЕМА 2. ПРОБЛЕМА ІДЕНТИФІКАЦІЇ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА.		
Розуміти і знати професійні стандарти в інтернет-журналістиці, вміти визначати критерії ідентифікації інтернет-медіа	***Лекція № 2*** План лекції: 1. Дотримання професійних стандартів в інтернет-журналістиці. 2. Розділення інтернет-журналістики та Інтернету. 3. Роль і місце інтернет-журналістики в системі сучасних медіа. 4. Критерії ідентифікації інтернет-медіа. *Рекомендовані джерела:* Основні: 3, 4, 7, 8, 12, 13. Додаткові: 16, 17. Інтернет-ресурси: 22-29.	2
	Самостійна робота здобувача Парадокси веб-журналістики. Новинні агрегатори та особливості їх діяльності. ЗМІ та агрегатори новин. Поняття та явище «новинного порталу». Позиція Л. Городенко, О. Ситника. Визначення рівня потужності мережі з позиції сучасності. Аналіз роботи журналістів сучасників	8

	Лабораторні заняття № 3-4 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення практичних завдань***	4
ТЕМА 3. ПРАВОВІ ОСНОВИ ТА ЕТИЧНІ АСПЕКТИ В ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИЦІ.		
Розуміти і знати національне законодавство про правові засади функціонування українських медіа, вміти вирішувати конфлікти в Мережі.	***Лекція № 3*** План лекції: 1. Законодавчі основи в України про медіа та публікації в Інтернеті. 2. Проблеми авторського права та етичного характеру в інтернет-журналістиці. 3. Поняття плагіату. Копіпаст (білий, сірий, чорний). 4. Замовні матеріали та їх ознаки. Конфлікти в Мережі. *Рекомендовані джерела:* Основні: 3, 4, 7, 8, 12, 13. Додаткові: 15,22. Інтернет ресурси: 22-29.	2
	Самостійна робота здобувача 1. Авторське право в Інтернеті. 2. Традиційні етичні підходи. 3. Реклама в інтернет-журналістиці. 4. Критика.	4
	Лабораторне заняття № 5 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення практичних завдань***	2
ТЕМА 4. СПЕЦИФІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА		
Розуміти і знати поняття гіпертекст в інтернет-журналістиці та веб-інтегрованість	***Лекція № 4*** План лекції: 1. Сайт як основна частина конвергентного медійного проєкту. 2. Веб-інтегрованість. 3. Гіпертекст в інтернет-журналістиці. 4. Поняття про гіпертекст в онлайн-матеріалах, основні види та правила роботи з гіперпосиланнями. ***Лекція 5***. План лекції: 1. Специфіка архітектури гіпертексту. 2. Вузли. Зв'язки. Інтерфейс користувача. 3. Шляхи й навігація. 4. Конвент гіпертексту. 5. Сайт як інформаційний організм. *Рекомендовані джерела:* Основні: 3, 4, 7, 8, 12, 13. Додаткові: 16,17. Інтернет ресурси: 22-29.	2 2

	Самостійна робота здобувача 1. Глобалізація інформації та потенціал сучасних інтернет-медіа. 2. Властивості веб-публікацій: інтерактивність, персональний підхід, інфоцентричність, миттєвість, взаємопов'язуваність, економічність. 3. Додана вартість: надшвидкість, гіпертекстуальність, мультимедійність, інтерактивність. 4. Персоналізація.	8
	Лабораторні заняття № 6-7 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення практичних завдань***	4
ТЕМА 5. СПЕЦИФІКА ПІДГОТОВКИ КОНТЕНТУ ДЛЯ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛІСТИКИ.		
Розуміти і знати основні вимоги до заголовків в інтернет-медіа, їх функціональність, специфіку використання штампів та прийомів пожвавлення матеріалу	***Лекція № 6. Тема 5.1. Створення ефективних інтернет-заголовків*** План лекції: 1. Елементи вхідної сторінки. Фокус сторінки. 2. Навігація сайту. Розділ «Про нас» на веб-ресурсі. 3. Основні вимоги до заголовків в інтернет-медіа, їх функціональність. 4. Використання штампів. Мікроштампи. Уточнення. Логічний наголос. Гра слів та іронія в заголовках. ***Лекція № 7. Тема 5.2. Особливості побудови текстів для інтернет-журналістики*** План лекції: 1. Лаконічність як загальна вимога до організації тексту. 2. Робота за принципом перевернеої піраміди. 3. Стилі інтернет-журналістики. 4. Захоплення й утримування уваги. 5. Прийоми пожвавлення матеріалу. *Рекомендовані джерела:* Основні: 3, 4, 7, 8, 12, 13. Додаткові: 18. Інтернет ресурси: 22-29.	2 2
	Самостійна робота здобувача 1.Заголовок як частина творчого задуму. Зв'язка «слабкий заголовок/сильний підзаголовок». 2.Асоціації. 3.Унікальний заголовок і посередній текст. 4. Вибір дієслова. 5.Цитати в заголовку. 6.Формат заголовка в конкретному виданні. Підзаголовки, резюме, анотації, врізки 7.Використання прикладів та ілюстрації. 8.Мова і стиль. 9.Достовірність та акуратність. 10. Інформаційне перевантаження 11.Дизайн хорошої новини.	12

	Лабораторні заняття № 8-10 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення практичних завдань***	6
ТЕМА 6. ЖАНРОВІ ОСОБЛИВОСТІ ТА СТИЛІ В ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИЦІ		
Знати жанри та стилі інтернет-журналістики, особливості створення мультимедійних і синтетичних жанрів	***Лекція № 8*** План лекції: 1. Жанри в традиційній та Інтернет-журналістиці. 2. Стилі Інтернет журналістики. 3. Особливості Інтернет-новин. 4. Створення мультимедійних і синтетичних жанрів. ***Лекція 9.*** План лекції 1. Характеристика журналістських жанрів: а) «Самарі». б) Реферат («підсумки»). в) Огляд реакції. г) Популярний виклад. д) Рейтинг. ж) Некролог. з) Інсайди. 2.Гібридизація жанрів. *Рекомендовані джерела:* Основні: 3, 4, 7, 8, 12, 13. Додаткові: 14, 18-22. Інтернет ресурси: 22-29.	2 2
	Самостійна робота здобувача 1.Особливості існування класичних новинних жанрів журналістики (замітка, репортаж та інтерв'ю) в мережевих виданнях. 2.Трансформація аналітичних жанрів (кореспонденція, стаття, огляд, коментар, рецензія) до потреб інтернет аудиторії. 3. Здатність Інтернету передавати інформацію за допомогою різних медійних платформ і в різних конфігураціях. 4.Специфіка роботи редактора стрічки новин 5.Розробка власного новинного порталу.	12
	Лабораторні заняття № 11-13 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення практичних завдань***	6
ТЕМА 7. БЛОГИ В ОНЛАЙН-МЕДІА		
Розуміти і знати особливості написання текстів для блогу, відмінності блогосфери від традиційної журналістики,	***Лекція № 10*** План лекції: 1. Характеристика блогів та їх класифікація. 2. Відмінності блогосфери від традиційної журналістики. 3. Сайти колективного блогінгу. 4. Вузькотематичні сайти одного або декількох постійних авторів.	2

вміти створювати власний авторський блог	5. Особливості написання текстів для блогів. *Рекомендовані джерела:* Основні: 1-4, 7, 8, 12, 13. Додаткові: 15,16; Інтернет ресурси: 22-29.	
	Самостійна робота здобувача Створення власного авторського блогу. Тематичне наповнення авторського блогу. Редагування Інтернет-матеріалів: робота над помилками, проблема перевірки орфографії, стиль написання Інтернет-матеріалів. Структура реальності в слові. Цифра і слово.	8
	Лабораторні заняття № 14-15 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення практичних завдань***	4
ТЕМА 8. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА МЕСЕНДЖЕРИ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЖУРНАЛІСТА		
Розуміти і знати особливості споживання інформації в Інтернеті, основні інструменти соціальних медіа для журналістів, вміти ефективно використовувати Фейсбук та створювати Телеграм-канал	***Лекція № 11*** План лекції: 1. Особливості споживання інформації в Інтернеті. Соціальні медіа – джерело інформації та спосіб її перевірки. 2. Основні інструменти соціальних медіа для журналістів 3. Принципи ефективного використання різних соціальних мереж. ***Лекція 12*** План лекції 1. Ефективне використання Фейсбук. 2. Самопросування журналіста у Фейсбук: блок інформації про себе; особливості репостингу, трансляція рішень, а не проблем; баланс між «колом уваги» і «колом проблем». 3. Створення Телеграм-каналу та його просування. *Рекомендовані джерела:* Основні: 3, 4, 5, 7, 8, 12, 13 Додаткові: 19 Інтернет ресурси: 22-29.	2 2
	Самостійна робота здобувача Наведення «соціальних доказів». Цільова аудиторія. Повторне представлення вигідної для себе інформації. Підвищення продуктивності праці. Зворотній зв'язок з читачами. Можливості просування журналістських матеріалів та ЗМІ. Поняття краудсорсінгу. Нетворкінг	12
	Лабораторні заняття № 16-18 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення практичних завдань***	6
ТЕМА 9. СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА		

Розуміти і знати компоненти концепції інтернет-медіа, вміти розробляти концепцію онлайн-медіа, визначати цільову аудиторію та конкурентів інтернет-видання	***Лекція № 13*** План лекції: 1.Розроблення концепції онлайн-видання. Компоненти концепції інтернет-медіа. 2. Інформаційна ніша, яку займе видання. 3. Назва сайту, гасло сайту. 4. Мета і завдання ресурсу. 5. Особливості ресурсу. 6. Контент сайту (тематика, проблематика, жанри, заголовки, побудова матеріалів та ін.), його інформаційна політика. 7. Структура сайту (рубрики, навігація, інтеграція з іншими сайтами). 8. Цільова аудиторія сайту. 9. Визначення конкурентів інтернет-видання. ***Лекція № 14*** План лекції: 1. Творці сайту (команда). 2. Шляхи фінансування. 3. Особливості просування сайту. Можливості розвитку сайту. *Рекомендовані джерела:* Основні: 1-12. Додаткові: 15, 16. Інтернет ресурси: 22-29.	2 2
	Самостійна робота здобувача Новітні форми подачі журналістських матеріалів. Ілюстративні жанри: фотострічки, фоторепортажі, слайд-шоу, інфографіка (журналістика мета-даних). Аудіальні жанри: подкаст, аудіоілюстрація, аудіосюжет, аудіослайдшоу. Відеожанри: відеоілюстрація, потокове відео, інтерактивний відеоміст, мультискрипт тощо. Мультимедійна стаття, мультимедійна історія. Жанри з використанням соціальних мереж: твіттер репортаж, онлайн-коментар. Обладнання робочого місця та аналіз типових завдань. Аналіз умов роботи та образу життя. Вимоги до обладнання.	12
	Лабораторні заняття № 19-21 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення практичних завдань***	6
Індивідуальне завдання (творчий проєкт / участь у наукових заходах)		26
ВСЬОГО:		180/6

ІІІ. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні:

1. Семен Н. Ф. Медіатехнології: навчальний посібник. Київ: Каравела, 2024. 118 с.
2. Бандура Н. Типологія журналіст.ських блогів німецького віртуального дискурсу. http://nbuv.gov.ua/UJRN/psptkl_2014_26_5
3. Досенко А.К., Погребняк І.В Інтернет-журналістика: комунікативні маркери. К, 2020. 189 с.
4. Крайнікова Т. С., Водолазька С. А., Рижко О. М., Ситник О. В. Штучний інтелект у медіях: навчальний посібник для студентів закладів вищої освіти спеціальності 061 «Журналістика». Житомир: Морфеус, 2025. 239 с. URL: https://ir.library.knu.ua/handle/15071834/34134.
5. Посібник з журналістської етики / А. Куликов, Л. Кузьменко, М. Дворовий, Д. Дуцик, Л. Кущ. Київ: Комісія з журналістської етики, 2023. 129 с. URL: https://cje.org.ua/library/posibnyk-z-zhurnalistskoi-etyky/.
6. Г'юстон Б., Горвіт М. Посібник з журналістських розслідувань: як працювати з документами, базами даних та які методи використовувати / пер. з англ. Бюро перекладів «Профпереклад» ; наук. ред. В. Іванов. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2025. 512 с. DOI: https://doi.org/10.71262/AUP-978-617-7370-77-1.
7. Bradshaw P. The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age. 3rd ed. Routledge, 2023.
8. Reilley M. The Journalist's Toolbox: A Guide to Digital Reporting and AI. Routledge, 2024. 296 p.
9. Олтаржевський Д. О. Цифрові комунікації: навчальний посібник із дисципліни «Медіавиробництво: промоція». Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2023. 120 с.
10. Холод О. М. Проблеми сучасної журналістики та медіаполітики: навчальний посібник. Київ: Інтерсервіс, 2025. 439 с.
11. Самуляк О. Інтернет-журналістика України: історія, особливості та перспективи розвитку: монографія. Луцьк: Волинська обласна друкарня, 2019. 212 с.
12. Тонкіх І. Проблема типології Інтернет-ЗМІ. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2014. № 2. С. 80-84.
13. Тонкіх І. Критерії якості контенту інтернет-медіа. Обрії друкарства, 2018. № 1 (6). С. 209-217.

Додаткові:

14. Інтернет-журналістика як нова форма універсального мультимедіа. Матеріали науково-практичної конференції, 2019. 85 с.

15. Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа: матеріали Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції (1 квітня 2020 р.) / наук. ред. В. О. Гандзюк. К.: КУБГ, 2020. 106 с.
16. Казімова Ю. Особливості висвітлення матеріалів у інтернет-виданнях. Вісник національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки. № 4, 2020, С. 96-101.
17. Кіца М. Роль соціальних мереж у сучасній журналістиці. http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/44514/2/2018n896_Kitsa_M-The_role_of _the_ social_networks_98-105.pdf
18. Потятиник Б. Декілька парадоксів веб-журналістики. http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/dekilka-paradoksiv-veb-zhurnalistyky.html
19. Мамич М. В. Мотиваційна та маніпулятивна інтенція медіатекстів підконтенту «огляд моди» в журналі «Жінка». Записки з українського мовознавства. 2016, Вип. 23. С. 228-238. http://nbuv.gov.ua/UJRN/zukm_2016_23_33
20. Іванова Т., Суркова Ю., Юричко А. Журналістика під обстрілами: уроки з України: посібник / за заг. ред. С. Томіленка, Т. Іванової. Київ: Національна спілка журналістів України, Академія української преси, Центр вільної преси, 2025. 48 с. DOI: https://doi.org/10.71262/AUP-978-617-7370-78-8.
21. Рус-Моль Ш., Шульц Т. Журналістика: посібник / пер. з нім. В. Климченко ; наук. ред. В. Іванов. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2025. 393 с. DOI: https://doi.org/10.71262/AUP-978-617-7370-74-0.
22. Reilley M., Sunne S. Data + Journalism: A Story-Driven Approach to Learning Data Reporting. Routledge, 2023.

Інтернет-ресурси:

23. Сайт Консорціуму Всесвітньої Павутини. http://www.w3.org.
24. Сайт Товариства Інтернету. http://internetsociety.org.
25. Сайт веб-розробників http://webstandardsgroup.org/standards.
26. Сайти організацій ICANN, IANA. http:// icann.org, iana.org.
27. TEXTY.ORG.UA. http://texty.org.ua
28. Детектор медіа. http://detector.media/
29. MediaLab. http://medialab.online/
30. INTERNET ARCHIVE. http:// archive.org.