

Ф-М-8.3.01-1

**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

Постанова вченої ради

25.09.2023

протокол № 10, п. 10

ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ від 25.09.2023 № 138

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

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 2023

Розробники: Танасійчук Альона, доктор економічних наук, професор;
Петрова Вікторія, старший викладач

Гарант освітньої програми «Журналістика» – Танасійчук Альона, доктор економічних наук, професор .

Обговорено та схвалено на засіданні кафедри маркетингу та реклами від 01.09.2023 протокол № 09;
на засіданні вченої ради факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування від 15.09.2023 протокол № 09.

Рецензенти: Довгань Юрій, кандидат економічних наук, доцент
Бусілкова Світлана, генеральний директор ОА ГТРК «Вінниччина»,
Заслужений журналіст України

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

Підп. до друку 03.10.2023 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 1,04.
Обл.-вид. арк. 0,79. Тираж 2. Зам. № 462.

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

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Мета вивчення дисципліни.

Метою вивчення дисципліни «Нові медіа та комп'ютерні технології» є формування у здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» ОП «Реклама і зв'язки з громадськістю» 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 навчальної дисципліни, її місце в освітньому процесі.

Навчальна дисципліна «Нові медіа та комп'ютерні технології» є обов'язковою дисципліною 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 навчальної дисципліни «Нові медіа та комп'ютерні технології» для освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» є формування комплексу компетентностей:

– **інтегральна компетентність:** здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.

– **загальні компетентності:**

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

– **спеціальні компетентності спеціальності:**

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

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

Р01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.

Р02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

Р04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

P05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

P08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

P13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

P14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.

P17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

Міждисциплінарні зв'язки: програма упорядкована відповідно до анотації освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів та пов'язана з подальшим вивченням таких обов'язкових дисциплін циклів загальної та професійної підготовки: «Медіаграмотність та основи критичного мислення», «Масові комунікації» та «Журналістика».

Критерії оцінювання результатів навчання.

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

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.

Здобувачі вищої освіти, які повністю виконали програму дисципліни та набрали достатню кількість балів, отримують підсумкову оцінку без опитування чи виконання екзаменаційного завдання (згідно з Положенням Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти №12 від 07.02.2022).

У разі, якщо здобувач вищої освіти бажає поліпшити свою оцінку, або не набрав 75 балів, він складає екзамен з усієї програми навчальної дисципліни у вигляді письмового опитування знань згідно завдань встановленого зразка.

Результат виконання екзаменаційних завдань оцінюється з урахуванням результатів у співвідношенні 80:20, де 80 – максимальна оцінка за виконання екзаменаційного завдання, 20 – результат поточної успішності відповідно до шкали переводу поточної роботи для врахування її при підсумковій оцінці.

Здобувач вищої освіти, який не погоджується з оцінкою, отриманою під час підсумкового (семестрового) контролю, має право звернутися із проханням переглянути оцінку, одержану на екзамені (згідно Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю знань студентів №32 від 07.02.2022).

Обсяг дисципліни в кредитах та його розподіл (тематичний план)

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю
	Усього годин / кредитів	з них			
		лекції	лабораторні заняття	самостійна робота студента	
1	2	3	4	5	6
Тема 1. Сутність поняття «нові медіа» та основи роботи в мережі	26	6	6	14	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН
1.1. Поняття та характеристика нових медіа	10	2	2	6	УО, ПО, Т, ІЗ, СУН
1.2. Етика спілкування в мережі та основи інтернет-етикету	8	2	2	4	УО, ПО, Т, ІЗ, СУН
1.3. Основні засади роботи в мережі	8	2	2	4	УО, ПО, Т, ІЗ, СУН
Тема 2. Основи роботи з інформацією в нових медіа	32	8	8	16	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН
2.1. Загальна характеристика та особливості новин в інтернет-медіа	8	2	2	4	УО, ПО, Т, ІЗ, СУН
2.2. Інформаційні приводи: особливості пошуку та оцінки	8	2	2	4	УО, ПО, Т, ІЗ, СУН
2.3. Джерела інформації для нових медіа	8	2	2	4	УО, ПО, Т, ІЗ, СУН
2.4. Робота з текстами та просування публікацій за допомогою SEO	8	2	2	4	УО, ПО, Т, ІЗ, СУН
Тема 3. Заголовок як ключовий елемент контенту в нових медіа	20	4	4	12	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 4. Робота з зображеннями та дизайн нових медіа	24	6	6	12	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
4.1. Основи роботи з зображеннями та джерела фотоконтенту	8	2	2	4	УО, ПО, ІЗ, СУН
4.2. Особливості дизайну контенту в нових медіа	8	2	2	4	УО, ПО, ІЗ, СУН
4.3. Дизайн інформаційних повідомлень в соціальних мережах	8	2	2	4	УО, ПО, Т, ІЗ, СУН
Тема 5. Інфографіка та візуалізація інформації для нових медіа	26	6	6	14	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
5.1. Візуалізація інформації як комунікаційна технологія	8	2	2	4	УО, ПО, ІЗ, СУН
5.2. Правила спорідненості та об’єднання об’єктів	8	2	2	4	УО, ПО, ІЗ, СУН
5.3. Основні програми та методи роботи з інфографікою	10	2	2	6	УО, ПО, ІЗ, СУН

Тема 6. Технології для створення інтерактивного контенту	20	4	4	12	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
Тема 7. Мультимедійні технології для ефективної роботи в мережі. Управління контентом	32	8	8	16	УО, ПО, Т, Р, ІЗ, СУН, ДК
7.1. Механізми роботи з CRM-системами	8	2	2	4	УО, ПО, ІЗ, СУН
7.2. Ресурси для створення чеклистів	8	2	2	4	УО, ПО, ІЗ, СУН
7.3. Інтерактивні онлайн-дошки для спільної роботи	8	2	2	4	УО, ПО, ІЗ, СУН
7.4. Програми для створення інтерактивних тестів	8	2	2	4	УО, ПО, ІЗ, СУН
Разом	180 / 6	42	42	96	УО, ПО, ІЗ, СУН
Підсумковий контроль – екзамен					

Умовні позначення:

УО – усне опитування;

ПО – письмове

опитування;

Т – тестування;

Р – реферат (есе);

ІЗ – індивідуальне завдання;

СУН – система управління навчанням MOODLE;

ДК – розрахунки та дослідження з

використанням

комп'ютера.

II. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

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 НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Результати навчання	Навчальна діяльність	Робочий час студента (год.)
1	2	3
Знати: 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. Вміти: Створювати власні сайти на безкоштовних платформах, робити просту рубрикацію та оформлення сайту, наповнювати сайт контентом.	Тема № 1. Сутність поняття «нові медіа» та основи роботи в мережі Тема 1.1. Поняття та характеристика нових медіа Лекція № 1 План лекції: 1. Основи інтернет-етикету та роботи в мережі. 2. Характеристика основних ознак інтернет-медіа. 3. Тематика та проблематика мережевих медіа.	2
	Тема 1.2. Етика спілкування в мережі та основи інтернет-етикету Лекція № 2 План лекції: 1. Етика спілкування в мережі. 2. Основи роботи в мережі: правила етикету. 3. Правила ефективної роботи в інтернет-медіа.	2
	Тема 1.3. Основні засади роботи в мережі Лекція № 3 План лекції: 1. Основні характеристики мережі Інтернет. 2. Характеристика найпопулярніших соціальних медіаплатформ. 3. Безкоштовні майданчики для створення сайтів: Wix, Wordpress, Blogger тощо. Рекомендовані джерела: Основні: 1 – 7; Додаткові: 8 – 12; Інтернет-ресурси: 13 – 20.	2
	Самостійна робота студентів: Вивчення та доповнення матеріалів лекцій, підготовка до лабораторних занять № 1 – 3. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> 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. Підготовка власного медіа: розробка концепції, створення сайту, наповнення контентом.	14
	Лабораторне заняття № 1 Розробка концепції власного видання, пошук тематики, створення рубрикації. Лабораторне заняття № 2 Створення сайту на платформі Wix. Рубрикація сайту, візуальне оформлення.	2 2

	Лабораторне заняття № 3 Створення прикладів контенту для сайту із застосуванням вивчених правил написання тексту.	2
Знати: Правила роботи з новинами в інтернет-медіа: де шукати, як опрацювати 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. Вміти: Знаходити новини за темою власного видання, працювати з джерелами інформації, відрізняти інформаційні приводи від іншої інформації, користуватися джерелами правильно та етично, писати SEO-тексти.	Тема № 2. Основи роботи з інформацією в нових медіа Тема 2.1. Загальна характеристика та особливості новин в інтернет-медіа Лекція № 4 План лекції: 1. Поняття та основні ознаки новини. 2. Основні елементи новини. 3. Робота з новинами в інтернет-медіа.	2
	Тема 2.2. Інформаційні приводи: особливості пошуку та оцінки Лекція № 5 План лекції: 1. Характеристика поняття «інформаційний привід». 2. Категорії інформаційних приводів. 3. Пошук та оцінка інформаційних приводів.	2
	Тема 2.3. Джерела інформації для нових медіа Лекція № 6 План лекції: 1. Джерела інформації для нових медіа. 2. Види джерел інформації. 3. Методи збору інформації. 4. Робота з соціальними мережами як джерелом інформації.	2
	Тема 2.4. Робота з текстами та просування публікацій за допомогою SEO Лекція № 7 План лекції: 1. Оптимізація публікацій під пошукову видачу. 2. Види SEO-текстів. 3. Мета, характеристики та методи створення SEO-публікацій. Рекомендовані джерела: Основні: 1 – 7; Додаткові: 8 – 12; Інтернет-ресурси: 13 – 20.	2
	Самостійна робота студентів: Вивчення та доповнення матеріалів лекцій, підготовка до лабораторних занять № 4 – 7. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Перевірка інформації: правила, види перевірки, джерела перевірки інформації. Суспільна журналістика як джерело інформації. Підготовка контенту для власного медіа: пошук інформаційних приводів, написання матеріалів.	16

	Лабораторне заняття № 4 Знайти 3 новини згідно з концепцією власного видання та переписати їх відповідно до правил роботи з текстами. Розмістити на сайті. Лабораторне заняття № 5 Зробити добірку тематичних інформаційних приводів до кожної з вивчених категорій: об'єктивні, повторювані, організовані. Лабораторне заняття № 6 Створити добірку з 20 джерел інформації різних типів: офіційні джерела, зарубіжні медіа, інфлюенсери та офіційні особи в соціальних мережах. Лабораторне заняття № 7 Створити SEO-статтю відповідно до тематики свого сайту з використанням ключових слів.	2 2 2 2
Знати: 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. Вміти: Створювати клікабельні заголовки, створювати правдиві та неманіпулятивні заголовки, вміти добирати заголовки до різних типів контенту.	Тема № 3. Заголовок як ключовий елемент контенту в нових медіа Лекція № 8 План лекції: 1. Поняття заголовку та заголовкового комплексу. 2. Вимоги до заголовків у нових медіа. 3. Основні правила створення заголовків. Лекція № 9 План лекції: 1. Види заголовків. 2. Обов'язкові та варіативні елементи заголовку. 3. Технології створення заголовків. Рекомендовані джерела: Основні: 1 – 7; Додаткові: 8 – 12; Інтернет-ресурси: 13 – 20.	2 2
	Самостійна робота студентів: Вивчення та доповнення матеріалів лекцій, підготовка до лабораторних занять № 8 – 9. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Основні правила та заборони у роботі із заголовками. Огляд жанрів для професійної діяльності в інтернет-медіа. Створення заголовків різних типів для власних медіа.	12
	Лабораторне заняття № 8 Підбір інформації за темою власного медіа та створення різних варіантів заголовків. Лабораторне заняття № 9 Розв'язання ситуаційних завдань зі створення заголовків різних типів для матеріалів, фото, повідомлень у соціальних мережах тощо.	2 2
Знати: Основні правила роботи із зображеннями, ключові фотостоки та інші джерела фотоконтенту для	Тема № 4. Робота з зображеннями та дизайн нових медіа Тема 4.1. Основи роботи з зображеннями та джерела фотоконтенту Лекція № 10 План лекції: 1. Основні правила роботи з зображеннями.	2

медіа, правила підбору основного фото, основи верстки та дизайну публікацій на сайтах та у соціальних мережах, основи брендування контенту. Вміти: Знаходити та правильно оформлювати фото для своїх публікацій, оформлювати якісні за дизайном та читабельні публікації, створювати елементарне брендування своїх матеріалів для соціальних мереж.	- Джерела фотоконтенту для інтернет-медіа: фотостоки як основне джерело. - Правила пошуку та публікації головного фото. Тема 4.2. Особливості дизайну контенту в нових медіа Лекція № 11 План лекції: - Основи дизайну та оформлення публікацій в нових медіа. - Верстка контенту на сайті: правила та особливості. - Основні візуальні елементи публікації. Тема 4.3. Дизайн інформаційних повідомлень в соціальних мережах Лекція № 12 План лекції: - Вимоги до дизайну та оформлення публікацій у соціальних мережах. - Основи брендування контенту. - Індивідуальний стиль інтернет-медіа. Рекомендовані джерела: Основні: 1 – 7; Додаткові: 8 – 12; Інтернет-ресурси: 13 – 20.	2 2
	Самостійна робота студентів: Вивчення та доповнення матеріалів лекцій, підготовка до лабораторних занять № 10 – 12. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Робота з фотостоками. Візуальне сприйняття інформації аудиторією. Основи розробки логотипів. Основи візуального сторітелінгу. Підготовка фотоконтенту для власного видання: фоторепортажу, постановочних фото, портретних фото, подієвих фото.	12
	Лабораторне заняття № 10 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. Лабораторне заняття № 11 Написати і зверстати текст на сайт, застосовуючи усі вивчені правила дизайну контенту для інтернет-медіа. Лабораторне заняття № 12 Зробити пости для 3 соціальних мереж на вибір, написати для них заголовки, використати правила дизайну постів. Використати свої розробки: брендові кольори, логотип тощо.	2 2 2
Знати: Що таке інфографіка та візуалізація, основні принципи візуалізації інформації; які бувають типи даних	Тема № 5. Інфографіка та візуалізація інформації для нових медіа Тема 5.1. Візуалізація інформації як комунікаційна технологія Лекція № 13 План лекції: Візуалізація інформації: основні види, їх характеристика та особливості.	2

та як візуалізувати кожен із них. Правила об'єднання об'єктів згідно з психологією зчитування інформації. Програми для створення інфографіки. Вміти: Створювати прості візуалізації: графіки, цифрові плакати, а також описувати їх текстом та розміщувати на сайті.	2. Типи даних, що можуть бути використані для візуалізації. 3. Порівнювані та непорівнювані дані і їх ознаки. Тема 5.2. Правила спорідненості та об'єднання об'єктів Лекція № 14 План лекції: 1. Принципи роботи з візуалізованими зображеннями. 2. Візуальний канал сприйняття інформації. 3. Правила об'єднання об'єктів в групи. Тема 5.3. Основні програми та методи роботи з інфографікою Лекція № 15 План лекції: 1. Програми для створення інфографіки: Inkscape, Canva, Microsoft Excel, KnightLab. 2. Види інфографіки та їх ознаки. 3. Основні правила роботи з даними при візуалізації. Рекомендовані джерела: Основні: 1 – 7; Додаткові: 8 – 12; Інтернет-ресурси: 13 – 20.	2 2
	Самостійна робота студентів: Вивчення та доповнення матеріалів лекцій, підготовка до лабораторних занять № 13 – 15. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Цифровий плакат. Пошук статистики для інфографіки. Основні помилки у роботі з інфографікою. Динамічна візуалізація. Таймлайни. Покрокова підготовка власного проекту: підбір даних та створення інфографіки.	14
	Лабораторне заняття № 13 Пошук статистичних даних для створення інфографіки за темою власного проекту. Підбір референсів.	2
	Лабораторне заняття № 14 Створення схеми інфографіки, робота над візуальним оформленням інформації.	2
	Лабораторне заняття № 15 Створення інформативного цифрового плакату.	2

Знати: 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. Вміти: Створювати прості інтерактивні елементи: відео, анімації, створювати прості електронні видання.	Тема № 6. Технології для створення інтерактивного контенту Лекція № 16 План лекції: 1. Види інтерактивних елементів для сайтів. 2. Основні формати інтерактивних елементів. 3. Програми для роботи з інтерактивними елементами. Лекція № 17 План лекції: 1. Правила створення анімації. 2. Основні принципи анімації. 3. Розробка технічного завдання та сценарію анімації. Рекомендовані джерела: Основні: 1 – 7; Додаткові: 8 – 12; Інтернет-ресурси: 13 – 20.	2 2
	Самостійна робота студентів: Вивчення та доповнення матеріалів лекцій, підготовка до лабораторних занять № 16 – 17. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Основні принципи монтажу відеоматеріалів. Мета і завдання створення електронних видань. Основи дизайну електронних видань. Просування електронних видань. Створення власного електронного видання: інтерактивного PDF.	12
	Лабораторне заняття № 16 Створення інтерактивного новинного ролика на обрану тему з використанням анімації. Лабораторне заняття № 17 Створення навчального видання у вигляді інтерактивного PDF.	2 2
Знати: 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. Вміти: Створювати дошки, чеклисти, мудборди, тести, скорочувати осилання, збирати посилання на одній сторінці тощо.	Тема № 7. Мультимедійні технології для ефективної роботи в мережі. Управління контентом Тема 7.1. Характеристика CRM-систем Лекція №18 План лекції: 1. Поняття CRM-систем. 2. Основні переваги роботи в CRM-системах. 3. Програми для роботи в CRM-системах: Trello, SendPulse. Тема 7.2. Механізми роботи з CRM-системами Лекція № 19 План лекції: 1. Можливості роботи в CRM-системах. 2. Порядок роботи всередині систем. 3. Методи контролю спільної роботи. Тема 7.3. Ресурси для створення мудбордів та чеклистів Лекція № 20 План лекції: 1. Інтернет-ресурси для створення мудбордів: SampleBoard, SampleBoard, Milanote.	2 2 2

	2. Використання онлайн-дошок Miro, Awwap, ресурсів cut.ly та shor.by у спільній роботі. 3. Використання хмарних технологій та сервісів Google у спільній роботі. Тема 7.4. Програми для створення інтерактивних тестів Лекція № 21 План лекції: 1. Тести як інтерактивний елемент в нових медіа. 2. Ресурси для розробки тестів: Google Forms, Apester. 3. Програми для отримання негайної відповіді від аудиторії SurveyMonkey. Рекомендовані джерела: Основні: 1 – 7; Додаткові: 8 – 12; Інтернет-ресурси: 13 – 20.	2
	Самостійна робота студентів: Вивчення та доповнення матеріалів лекцій, підготовка до лабораторних занять № 18 – 21. <i>Питання, що виносяться на самостійну роботу:</i> Налаштування бізнес-процесів у CRM-системах. Створення дорожніх карт та ментальних карт за допомогою онлайн-інструментів. Джерела інформації для інтерактивних тестів.	16
	Лабораторне заняття № 18 Спільна робота в CRM-системі: постановка задач, створення чеклистів, звіти про виконання.	2
	Лабораторне заняття № 19 Створення та брендинг сторінки із корисними посиланнями за темою студентського сайту.	2
	Лабораторне заняття № 20 Розробка мудборду, що допоможе покращити студентський проєкт, розробка нової тематики і «дорожньої карти» розвитку сайту.	2
	Лабораторне заняття № 21 Розроблення інтерактивного тесту та його публікація.	2
Всього		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://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1815>
12. Якубетиц Х. Інтернет-журналістика. Журналістська практика. URL: 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. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/didzhitalizaciya-nini-u-trendi/>
15. Конвергентні медіа: поради Ніколая Крістенсена і Вілфріда Руеттена. 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-sotsmerezha-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 зростає частка російської. Інфографіка від Texty.org.ua. URL: https://texty.org.ua/articles/97860/Stan_ukrajinskoji_movy_Sshorichnyj_monitoryng_pisla_splesku-97860/
20. Як виділитися в соцмережах: Тренди в контенті на 2023 рік. URL: <https://investory.news/yak-vidilitisya-v-socmerezhaх-trendi-v-kontenti-na-2023-rik/>