Ф-М-8.3.01-1

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
25.08.2026
протокол № 09, п. 12

ВВЕДЕНО В ДІЮ
Наказ від 25.08.2026 № 167

ГАЛУЗЕВА ЖУРНАЛІСТИКА / BRANCH 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 2026

Розробник: Танасійчук Альона, доктор економічних наук, професор
Педорук Іван, доцент кафедри маркетингу та реклами.

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 20.08.2026 протокол № 13;
на засіданні вченої ради факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування від 20.08.2026 протокол № 07.

Рецензенти:

Громова Ольга, доктор економічних наук, професор
Бусілкова Світлана, генеральний директор ОА ГТРК «Вінниччина», Заслужений журналіст України

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

Підп. до друку 11.09.2026 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 2,20.
Обл.-вид. арк. 2,16. Тираж 2. Зам. № 491.

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

І. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Мета вивчення освітнього компонента (ОК).

Метою викладання освітнього компонента «Галузева журналістика» за освітньою програмою «Реклама та зв'язки з громадськістю» є формування у здобувачів вищої освіти системних знань про сутність, функції та специфіку галузевої журналістики, особливості висвітлення діяльності окремих галузей економіки та сфер суспільної діяльності, а також розвиток практичних навичок пошуку, перевірки, аналізу, інтерпретації та професійного представлення спеціалізованої інформації у різних жанрах і форматах сучасних медіа з дотриманням журналістських стандартів, принципів професійної етики та незалежності.

Предметом вивчення освітнього компонента «Галузева журналістика» є теоретичні, методологічні та прикладні засади створення спеціалізованого журналістського контенту про окремі галузі економіки та сфери суспільної діяльності, що охоплюють особливості роботи з галузевими джерелами інформації, професійною термінологією, статистичними та відкритими даними, експертними коментарями, аналітичною інформацією, а також специфіку підготовки журналістських матеріалів економічної, фінансової, промислової, енергетичної, аграрної, торговельної, транспортної, технологічної, туристичної, медичної, фармацевтичної та соціальної тематики для різних медіаплатформ.

Завданням викладання освітнього компонента «Галузева журналістика» є формування у здобувачів вищої освіти здатності застосовувати теоретичні знання та практичні навички для професійного висвітлення галузевої проблематики, створення достовірного, аналітично обґрунтованого та зрозумілого для цільової аудиторії журналістського контенту, а також:

- оволодіння знаннями про сутність, функції, структуру та особливості розвитку галузевої і спеціалізованої журналістики;
- формування вмінь визначати специфіку інформаційних процесів, ключову проблематику, аудиторії та джерела інформації в окремих галузях економіки і сферах суспільної діяльності;
- набуття навичок пошуку, відбору, перевірки та критичного оцінювання галузевої інформації, статистичних даних, документів, рейтингів, прогнозів та експертних коментарів;
- формування здатності працювати з професійною термінологією та адаптувати складну економічну, технологічну, фінансову, медичну й іншу спеціалізовану інформацію для різних цільових аудиторій;
- засвоєння особливостей підготовки галузевих новин, інтерв'ю, репортажів, аналітичних матеріалів, оглядів, пояснювальних матеріалів та журналістських публікацій на основі даних;
- набуття навичок створення й адаптації галузевого журналістського контенту для телебачення, радіо та подкастів, онлайн-медіа, спеціалізованих видань і соціальних медіа;
- формування вмінь висвітлювати діяльність підприємств, ринків, галузей, професійних спільнот та суспільно значущих процесів із забезпеченням балансу позицій і незалежності журналістського матеріалу;

– розвиток здатності розмежовувати журналістський матеріал, корпоративний контент, PR, рекламу, нативну рекламу та інші форми комерційної комунікації;

– формування навичок професійної взаємодії з підприємствами, пресслужбами, PR-підрозділами, органами державної влади, професійними асоціаціями, експертами та іншими джерелами галузевої інформації;

– засвоєння принципів професійної етики, фактчекінгу, конфіденційності, уникнення конфлікту інтересів та відповідального висвітлення чутливої й суспільно значущої інформації;

– набуття практичного досвіду аналізу галузевих процесів, виявлення інформаційних приводів та створення спеціалізованих журналістських матеріалів відповідно до вимог сучасного мультимедійного середовища.

Результати вивчення освітнього компонента, його місце в освітньому процесі

ОК «Галузева журналістика» є обов'язковим компонентом циклу професійної підготовки, що формує та поглиблює підготовку здобувачів вищої освіти у сфері створення спеціалізованого журналістського контенту, роботи з галузевою інформацією, її перевірки, аналізу та адаптації для різних аудиторій і медіаплатформ, забезпечує формування системного розуміння особливостей висвітлення окремих галузей економіки та сфер суспільної діяльності.

Освітній компонент спрямований на набуття здобувачами знань про специфіку ділової, економічної, фінансової, промислової, енергетичної, аграрної, торговельної, транспортної, технологічної, туристичної, медичної, фармацевтичної та соціально значущої журналістики, а також формування вмінь застосовувати ці знання у професійній діяльності під час пошуку, перевірки, інтерпретації та представлення галузевої інформації у різних журналістських жанрах і форматах.

Освітній компонент забезпечує формування практичних навичок, необхідних для ефективної професійної діяльності у сфері журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, зокрема у частині створення галузевих новин, інтерв'ю, репортажів, аналітичних і пояснювальних матеріалів, роботи з даними, експертами та професійними джерелами, а також розмежування журналістського, корпоративного, PR- і рекламного контенту.

Результатом вивчення ОК «Галузева журналістика» для освітньої програми «Реклама та 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.

спеціальні компетентності спеціальності:

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

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

ЗК10. 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.

ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.

Програмні результати навчання здобувачів з ОК «Галузева журналістика» полягають:

ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.

ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.

ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов’язкових джерел інформації.

ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційний ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

Міждисциплінарні зв’язки: програма освітнього компонента упорядкована відповідно до анотації освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів та базується на результатах вивчення таких освітніх компонентів, як «Українська мова і культура мовлення», «Практична стилістика української мови», «Медіаграмотність та основи критичного мислення», що забезпечують формування мовнокомунікаційної, аналітичної, інформаційної та медіакомпетентності здобувачів.

Освітній компонент також спирається на дисципліни професійного циклу, зокрема «Журналістика», «Реклама», «Рекламні та PR-технології», «Маркетингові комунікації», які формують розуміння принципів створення медійного контенту, особливостей функціонування сучасного медіасередовища, взаємодії журналістики, реклами та зв’язків з громадськістю, а також професійних вимог до підготовки й поширення інформації.

Водночас освітній компонент «Галузева журналістика» забезпечує інтеграцію набутих знань у площині їх практичного застосування під час висвітлення окремих галузей економіки та сфер суспільної діяльності, формуючи здатність працювати зі спеціалізованими джерелами, професійною термінологією, статистичними й аналітичними даними, експертними коментарями, створювати галузевий журналістський контент у різних жанрах і форматах, адаптувати його до різних медіаплатформ та розмежовувати журналістський, корпоративний, PR- і рекламний контент.

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

Рівні компетентності	**За шкалою ДТЕУ**	**Критерії оцінювання**
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 НПП 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 (зі змінами від 25.11.2025, 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 апеляційного перегляду оцінки.

Обсяг освітнього компонента в кредитах та його розподіл (тематичний план)

Назва теми	Кількість годин				Форми контролю	Бальна оцінка
	Усього годин/ кредитів	з них				
		лекції	практичні	СРС		
Тема 1. Галузева журналістика як спеціалізований напрям медіадіяльності	12	4	4	4	РПЗ, РМГ	6
Тема 2. Жанри, формати та мультимедійні технології галузевої журналістики	**18**	**6**	**6**	**6**		**9**
Тема 2.1. Жанри та формати галузевої журналістики		2	2	2	РПЗ, РМГ	3
Тема 2.2. Аналітична, пояснювальна журналістика та робота з даними		2	2	2	РПЗ, РМГ	3
Тема 2.3. Мультимедійна галузева журналістика та адаптація контенту для різних медіа		2	2	2	РПЗ, РМГ	3
Тема 3. Ділова, економічна та фінансова журналістика	16	4	4	6	РПЗ, РМГ	6
Тема 4. Промислова, енергетична, будівельна та інфраструктурна журналістика	16	4	4	8	РПЗ, РМГ	6
Тема 5. Аграрна та продовольча журналістика	16	4	4	8	РПЗ, РМГ	6
Тема 6. Журналістика торгівлі, споживчих ринків, HoReCa та сфери послуг	16	4	4	8	В, РПЗ, РМГ	12
Тема 7. Журналістика торгівлі, споживчих ринків, HoReCa та сфери послуг	16	4	4	8	В, РПЗ, РМГ	12
Тема 8. ІТ-журналістика, телекомунікації та цифрові індустрії	16	4	4	8	В, РПЗ, РМГ	12
Тема 9. Туристична, готельно-ресторанна та культурно-креативна журналістика	16	4	4	8	РПЗ, РМГ	6
Тема 10. Медична, фармацевтична та соціально значуща галузева журналістика	16	4	4	8	РПЗ, РМГ	6
Індивідуальне завдання	**24**			**24**	**ІЗ**	**19**
Разом	**180/6**	**42**	**42**	**96**		**100**
Підсумковий контроль екзамен						

Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах:

В - відповідь на практичних заняттях 1 бал.
РПЗ - розв’язання завдань 2 бали.
УД - участь у дискусії 2 бали.
РЗ - розв’язування задач 2 бали.
РМГ - робота в малих групах 1 бал.
Д - доповідь 2 бали.
ІЗ - індивідуальні завдання 19 балів (творчий проєкт/участь у наукових заходах).
Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр 100 балів.

ІІ. ПРОГРАМА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

ТЕМА 1. ГАЛУЗЕВА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК СПЕЦІАЛІЗОВАНИЙ НАПРЯМ МЕДІАДІЯЛЬНОСТІ

Галузева журналістика як спеціалізований напрям сучасної медіадіяльності – система створення, опрацювання та поширення журналістського контенту, присвяченого окремим галузям економіки та сферам суспільної діяльності. Предмет, об'єкт і функції галузевої журналістики – висвітлення спеціалізованих процесів, подій, тенденцій, проблем і результатів діяльності підприємств, організацій та інституцій. Галузева спеціалізація журналіста – поєднання журналістських компетентностей із розумінням професійної термінології, структури галузі, основних учасників ринку та специфіки інформаційних процесів. Галузеві та спеціалізовані медіа – типологія, тематична спрямованість, особливості контенту й аудиторії. Цільові аудиторії галузевих медіа – професійні, експертні, корпоративні, масові та змішані групи споживачів інформації. Джерела галузевої інформації – підприємства, органи державної влади, професійні асоціації, наукові установи, галузеві експерти, споживачі, відкриті дані та міжнародні інформаційні ресурси. Робота журналіста з професійною термінологією – адаптація складної спеціалізованої інформації до рівня підготовки цільової аудиторії. Перевірка компетентності експертів, цифр, прогнозів і професійних коментарів – принципи верифікації галузевої інформації. Взаємодія журналіста з пресслужбами, PR-відділами та корпоративними комунікаціями – джерела інформації та ризики впливу на незалежність журналістського матеріалу. Межа між галузевою журналістикою, корпоративним контентом, PR, рекламою та нативною рекламою – критерії професійного розмежування. Етичні засади галузевої журналістики – незалежність, баланс інтересів, уникнення конфлікту інтересів та відповідальність за поширення спеціалізованої інформації.

ТЕМА 2.1. ЖАНРИ ТА ФОРМАТИ ГАЛУЗЕВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Жанрова система галузевої журналістики – використання інформаційних, аналітичних і художньо-публіцистичних жанрів відповідно до характеру галузевої інформації та потреб аудиторії. Галузева новина як базовий інформаційний жанр – критерії інформаційної цінності, структура, фактологічна основа та способи представлення спеціалізованої інформації. Вибір інформаційного приводу – оцінювання суспільної, економічної, професійної та споживчої значущості події. Галузеве інтерв'ю – особливості вибору експерта, підготовки запитань, перевірки компетентності співрозмовника та роботи з професійною термінологією. Репортаж у галузевій журналістиці – висвітлення роботи підприємств, виробничих процесів, професійних заходів, конференцій, виставок та об'єктів інфраструктури. Журналістське спостереження як інструмент формування фактичної основи галузевого репортажу. Аналітична стаття та галузевий огляд – поєднання фактів, статистичних даних, експертних коментарів і журналістського аналізу. Особливості добору жанру відповідно до інформаційного приводу, складності теми, характеристик аудиторії та каналу комунікації. Трансформація галузевої інформації у зрозумілий журналістський матеріал – баланс між професійною точністю та доступністю викладу.

ТЕМА 2.2. АНАЛІТИЧНА, ПОЯСНЮВАЛЬНА ЖУРНАЛІСТИКА ТА РОБОТА З ДАНИМИ

Аналітична журналістика у висвітленні галузевих процесів – інтерпретація фактів, виявлення причинно-наслідкових зв'язків, тенденцій, проблем і можливих наслідків подій. Галузевий аналітичний матеріал – поєднання статистичних показників, документів, експертних оцінок, результатів досліджень і журналістського аналізу. Пояснювальна журналістика (explanatory journalism) як спосіб представлення складних економічних, технологічних, соціальних та інших спеціалізованих процесів широкій аудиторії. Робота з професійними поняттями та термінами – способи спрощення форми подання без спотворення змісту. Data journalism у галузевих матеріалах – використання статистики, відкритих даних, реєстрів, баз даних, результатів досліджень, рейтингів та індексів як інформаційної основи журналістського матеріалу. Пошук і перевірка даних – визначення першоджерела, методології формування показників, періоду спостереження та можливих обмежень їх інтерпретації. Порівняння показників у часі та просторі – правила коректного використання абсолютних і відносних величин. Візуалізація галузевої інформації – графіки, діаграми, таблиці, карти, рейтинги та інфографіка. Маніпуляції з даними – типові помилки масштабування, вибіркового представлення показників, некоректних порівнянь і причинно-наслідкових висновків. Data storytelling – побудова журналістської історії на основі даних та їх перетворення на зрозумілі для аудиторії висновки.

ТЕМА 2.3. МУЛЬТИМЕДІЙНА ГАЛУЗЕВА ЖУРНАЛІСТИКА ТА АДАПТАЦІЯ КОНТЕНТУ ДЛЯ РІЗНИХ МЕДІА

Мультимедійність як принцип сучасної галузевої журналістики – поєднання тексту, аудіо, відео, фото, графіки, даних та інтерактивних елементів у межах одного інформаційного продукту. Особливості висвітлення галузевої тематики на телебаченні – роль відеоряду, синхрону, стендапу журналіста, експертного коментаря та інфографіки. Галузевий контент у радіожурналістиці – побудова матеріалу засобами голосу, звуку, коментарів і словесного пояснення складної інформації. Подкаст як формат спеціалізованого журналістського контенту – тематична спеціалізація, структура випуску, добір експертів і способи утримання уваги аудиторії. Онлайн-журналістика у висвітленні галузевої тематики – мультимедійна структура, гіперпосилання, інтерактивність, оперативність та можливість оновлення матеріалів. Соціальні медіа як середовище поширення галузевого контенту – короткі формати, reels, short video, stories, пояснювальні картки та візуальний сторітелінг. Адаптація галузевого матеріалу до специфіки медіаплатформи – зміна структури, обсягу, темпу, візуального наповнення та способу подання інформації при збереженні фактичної точності. Трансформація одного інформаційного приводу для телебачення, радіо, подкасту, онлайн-медіа, соціальних мереж і спеціалізованого видання – принципи мультимедійного планування контенту.

ТЕМА 3. ДІЛОВА, ЕКОНОМІЧНА ТА ФІНАНСОВА ЖУРНАЛІСТИКА

Ділова, економічна та фінансова журналістика як спеціалізований напрям – висвітлення економічних процесів, підприємницької діяльності, фінансових ринків, інвестицій та економічної політики. Джерела економічної інформації – державна статистика, Національний банк України, підприємства, фінансові установи, міжнародні організації, професійні та галузеві асоціації. Макроекономічні показники як предмет журналістського аналізу – ВВП, інфляція, зайнятість і безробіття, доходи населення, валютний курс, експорт та імпорт. Робота зі статистичною інформацією – правила читання, порівняння та інтерпретації показників без маніпуляції цифрами. Фінансова звітність підприємства як джерело журналістської інформації – доходи, прибуток, витрати, активи, зобов'язання та фінансова динаміка. Банківська та фінансова тематика – кредити, депозити, процентні ставки, платіжні системи, страхування та fintech. Бізнес-журналістика – підприємництво, інвестиції, стартапи, бізнес-моделі, корпоративні стратегії та ринкова конкуренція. Державна економічна політика – висвітлення податків, бюджетних рішень, регуляторних змін та їх впливу на бізнес і населення. Журналістський аналіз діяльності компанії – результати роботи, ринкова позиція, конкуренти, ризики й перспективи. Економічні рейтинги, прогнози та експертні оцінки – критерії достовірності й способи перевірки. Адаптація складних економічних процесів для масової аудиторії – пояснення без надмірного спрощення. Ризики корпоративного впливу, прихованої реклами та конфлікту інтересів у діловій журналістиці.

ТЕМА 4. ПРОМИСЛОВА, ЕНЕРГЕТИЧНА, БУДІВЕЛЬНА ТА ІНФРАСТРУКТУРНА ЖУРНАЛІСТИКА

Промислова журналістика як напрям спеціалізованого висвітлення виробничих процесів, підприємств, технологій і промислових ринків. Структура промислового сектору та ключові показники діяльності підприємств – обсяги виробництва, продуктивність, зайнятість, інвестиції, експорт і технологічний розвиток. Виробничий процес як предмет журналістського матеріалу – способи пояснення складних технологій нефаховій аудиторії. Джерела інформації про промисловість – підприємства, галузеві асоціації, державна статистика, регулятори, експерти та працівники. Енергетична журналістика – традиційна й відновлювана енергетика, енергетичні ринки, енергетична безпека та енергоефективність. Висвітлення тарифів і функціонування енергетичної інфраструктури – поєднання економічного, соціального та технологічного контексту. Будівельна журналістика – житлове, комерційне, промислове та інфраструктурне будівництво. Ринок нерухомості – попит, пропозиція, ціни, девелопмент, інвестиції та споживчі ризики. Великі інфраструктурні проєкти та проєкти відновлення – фінансування, строки реалізації, підрядники, суспільна значущість і контроль результатів. Репортаж із виробничого або інфраструктурного об'єкта – доступ до інформації, безпека журналіста, фото- та відеофіксація. Екологічні й соціальні наслідки діяльності підприємств – необхідність представлення різних позицій та інтересів. Баланс інформації підприємства, держави, громади, працівників та незалежних експертів як принцип професійного висвітлення галузі.

ТЕМА 5. АГРАРНА ТА ПРОДОВОЛЬЧА ЖУРНАЛІСТИКА

Аграрна журналістика як спеціалізований напрям – висвітлення сільського господарства, аграрних ринків, переробки, продовольчого сектору та агротехнологій. Структура аграрного сектору – рослинництво, тваринництво, переробна промисловість, агросервіс та технологічне забезпечення. Сезонність аграрної інформації – посівна кампанія, збір урожаю, погодні ризики, коливання врожайності та цін. Джерела аграрної інформації – фермери, аграрні підприємства, агрохолдинги, державні установи, професійні асоціації, науковці, трейдери та міжнародні організації. Продовольчі ринки – виробництво, ціноутворення, попит, споживання, імпорт і експорт. Агротехнології, digital agriculture та інновації – цифровізація виробництва, автоматизація, точне землеробство та використання даних. Земельні відносини та земельний ринок – економічні, правові й соціальні аспекти журналістського висвітлення. Продовольча безпека, якість і безпечність продуктів – відповідальність журналіста при роботі з інформацією, що може впливати на поведінку споживачів. Експорт аграрної та продовольчої продукції – міжнародні ринки, логістика, торговельні обмеження й конкурентоспроможність. Екологічні аспекти аграрного виробництва – сталість, збереження ресурсів та вплив на довкілля. Формати аграрного контенту – польовий репортаж, інтерв'ю, ринкова аналітика, пояснювальний матеріал та журналістська історія підприємства. Межа між журналістським матеріалом про агробізнес і корпоративним PR.

ТЕМА 6. ЖУРНАЛІСТИКА ТОРГІВЛІ, СПОЖИВЧИХ РИНКІВ, HORECA ТА СФЕРИ ПОСЛУГ

Споживчий ринок як об'єкт журналістського висвітлення – товари, послуги, поведінка споживачів, ціни, сервіс і конкурентне середовище. Роздрібна торгівля – торговельні мережі, спеціалізовані магазини, локальний ритейл та нові формати організації продажів. E-commerce і маркетплейси – цифровізація торговельних процесів та трансформація споживчої поведінки. Споживча поведінка як джерело журналістських тем – потреби, мотиви вибору, зміни моделей споживання та фактори прийняття рішень. Ціни, акції, знижки та промоційні механізми – правила перевірки маркетингових тверджень компаній. Якість обслуговування, customer experience і права споживачів – джерела інформації та способи журналістської перевірки. HoReCa як галузь журналістського висвітлення – ресторанний, готельний і сервісний бізнес. Рейтинги, огляди та тестування товарів і послуг – методологія, критерії порівняння та вимоги до об'єктивності. Consumer journalism – практична інформація для споживачів, порівняльні матеріали, огляди та рекомендаційний контент. Онлайн-відгуки, рейтинги користувачів та репутаційні показники – можливості й обмеження використання як журналістського джерела. Межа між незалежним журналістським оглядом, рекомендацією, product placement, native advertising та прихованою рекламою. Етичні аспекти взаємодії журналіста з брендами – подарунки, безкоштовні послуги, запрошення, тестування продукції та презаходи.

ТЕМА 7. ТРАНСПОРТНА, ЛОГІСТИЧНА ТА ІНФРАСТРУКТУРНА ЖУРНАЛІСТИКА

Транспортна журналістика як спеціалізований напрям – висвітлення транспортних систем, перевезень, логістики, інфраструктури та мобільності населення. Автомобільний транспорт – пасажирські та вантажні перевезення, транспортні сервіси, ринок таксі та автомобільна інфраструктура. Громадський транспорт і міська мобільність – маршрути, тарифи, доступність, якість послуг і потреби пасажирів. Залізничний транспорт – пасажирські й вантажні перевезення, розвиток інфраструктури та роль у логістичних системах. Авіаційний і водний транспорт – галузева специфіка, безпека, тарифи, інфраструктура та міжнародне сполучення. Логістика й ланцюги постачання – переміщення товарів, складська інфраструктура, транспортні вузли та ризики порушення поставок. Міжнародні транспортні коридори, транзит і прикордонна інфраструктура – економічне та геополітичне значення. Транспортна безпека, аварії й надзвичайні ситуації – стандарти оперативного висвітлення та перевірки інформації. Тарифи, конкуренція й державне регулювання транспортних послуг – економічний та споживчий виміри журналістського матеріалу. Технологічні інновації у транспорті – електромобільність, smart mobility та цифрові сервіси. Репортаж із транспортного об’єкта – вокзалу, аеропорту, логістичного центру чи громадського транспорту. Дані й картографічні матеріали – використання маршрутів, статистики перевезень, геоданих та інфографіки у транспортній журналістиці.

ТЕМА 8. ІТ-ЖУРНАЛІСТИКА, ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЇ ТА ЦИФРОВІ ІНДУСТРІЇ

ІТ-журналістика як напрям спеціалізованої журналістики – висвітлення технологій, цифрових продуктів, ІТ-бізнесу, телекомунікацій та інновацій. ІТ-індустрія – програмні продукти, SaaS, цифрові платформи, технологічні компанії та бізнес-моделі. Телекомунікації – мобільний зв’язок, інтернет, цифрова інфраструктура та розвиток мереж. Штучний інтелект як предмет журналістського висвітлення – можливості, обмеження, економічний і суспільний вплив AI. Перевірка технологічних заяв компаній – верифікація тверджень про AI, інноваційність, продуктивність і технологічні можливості продуктів. Кібербезпека, персональні дані та цифрова приватність – інформаційні ризики та відповідальність журналіста. Gaming, creator economy, digital media та креативні цифрові індустрії – нові сегменти цифрової економіки. Технологічні стартапи й венчурні інвестиції – бізнес-моделі, фінансування, масштабування та ризики. Product journalism – професійні огляди цифрових продуктів, застосунків і технологічних сервісів. Пояснювальна технологічна журналістика – адаптація технічної інформації для нефахової аудиторії. Використання AI у роботі журналіста – пошук, аналіз, транскрибування, переклад, візуалізація та допоміжне створення контенту. Професійна відповідальність при використанні генеративного AI – фактчекінг, прозорість, авторство, конфіденційність та ризики маніпуляцій.

ТЕМА 9. ТУРИСТИЧНА, ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА ТА КУЛЬТУРНО-КРЕАТИВНА ЖУРНАЛІСТИКА

Туристична журналістика як спеціалізований напрям – висвітлення туристичних дестинацій, індустрії гостинності, подорожей, культурних подій та туристичного досвіду. Туристичні дестинації як об'єкти журналістського висвітлення – природні, культурні, історичні й інфраструктурні складові туристичного продукту. Destination journalism – роль медіа у формуванні інформаційного образу та репутації території. Travel storytelling – створення журналістської історії про місце, маршрут, подію, людей і туристичний досвід. Готельна й ресторанна журналістика – стандарти незалежного огляду, критерії оцінювання та робота зі споживчим досвідом. Туристичний репортаж і travel-video – структура, авторська присутність, відеоряд, деталі та атмосфера місця. Подієвий туризм – висвітлення фестивалів, виставок, конференцій, ярмарків та культурних подій. Культурні й креативні індустрії – музика, кіно, дизайн, мода, видавнича справа та культурні проєкти. Брендинг територій і туристичні бренди – журналістське висвітлення маркетингових стратегій дестинацій без перетворення матеріалу на рекламний. Туристична журналістика у соціальних медіа – short video, reels, stories, фотоісторії та user-generated content. Прес-тури, рекламні поїздки та безкоштовні послуги – ризики конфлікту інтересів та правила професійної прозорості. Межа між travel journalism, блогінгом, influencer marketing, PR туристичної дестинації та рекламою.

ТЕМА 10. МЕДИЧНА, ФАРМАЦЕВТИЧНА ТА СОЦІАЛЬНО ЗНАЧУЩА ГАЛУЗЕВА ЖУРНАЛІСТИКА

Медична журналістика як напрям підвищеної суспільної відповідальності – вплив медіаінформації на здоров'я, поведінку та рішення аудиторії. Джерела медичної інформації – лікарі, наукові установи, медичні заклади, професійні асоціації, офіційні органи та наукові публікації. Доказова медицина як основа перевірки медичної інформації – ієрархія доказів, наукова обґрунтованість і професійна компетентність джерела. Наукові дослідження як джерело журналістського матеріалу – базові принципи читання результатів, оцінювання вибірки, методології та обмежень дослідження. Псевдонаука й медичні маніпуляції – критерії розпізнавання недостовірних тверджень. Фармацевтична журналістика – лікарські засоби, фармацевтичний ринок і відповідальність при висвітленні препаратів та методів лікування. Медична реклама – межа між незалежним журналістським матеріалом, PR медичного закладу й рекламним контентом. Wellness, харчування та психологічне здоров'я – ризики спрощення, сенсаційності й поширення недоказової інформації. Висвітлення епідемій, надзвичайних ситуацій, травматичних подій та загроз здоров'ю – баланс оперативності, точності й суспільної відповідальності. Етика інтерв'ю з пацієнтами, людьми з інвалідністю, постраждалими та іншими вразливими групами – інформована згода, коректна мова й уникнення повторної травматизації. Конфіденційність медичної інформації – приватність, персональні дані та повага до гідності людини. Соціальна журналістика – висвітлення соціальних послуг, потреб вразливих груп, діяльності громадських і гуманітарних організацій та суспільного ефекту соціальних програм.

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Результат навчання	Навчальна діяльність	Робочий час здобувача (год.)
1	2	3
Розуміти сутність галузевої журналістики як спеціалізованого напряму медіадіяльності, її місце у системі сучасних медіа, основні функції, предмет і об'єкт, а також особливості роботи з професійними, експертними, корпоративними та масовими аудиторіями. Знати основні джерела галузевої інформації, принципи роботи з професійною термінологією, правила перевірки достовірності даних, компетентності експертів, статистичних показників, прогнозів і професійних коментарів. Вміти адаптувати складну спеціалізовану інформацію до потреб різних аудиторій, розрізняти журналістський, корпоративний, PR- та рекламний контент, а також професійно взаємодіяти з прессслужбами, експертами й галузевими організаціями з дотриманням принципів незалежності, балансу, професійної етики та уникнення конфлікту інтересів.	**Тема 1. Галузева журналістика як спеціалізований напрям медіадіяльності** ***Лекція №1*** 1. Поняття галузевої журналістики, її місце в системі сучасних медіа та основні функції. 2. Предмет, об'єкт і завдання галузевої журналістики. 3. Галузева спеціалізація журналіста: переваги, професійні вимоги та ризики вузької спеціалізації. 4. Типологія галузевих і спеціалізованих медіа: ділові, економічні, аграрні, технологічні, медичні, туристичні, культурні та інші. 5. Цільові аудиторії галузевих медіа: професійна, експертна, корпоративна, масова та змішані аудиторії. ***Лекція №2*** 1. Основні джерела галузевої інформації: підприємства, органи державної влади, професійні асоціації, галузеві експерти, наукові установи, споживачі, відкриті дані. 2. Робота журналіста з професійною термінологією: способи адаптації складної інформації для різних аудиторій. 3. Перевірка галузевої інформації та компетентності експертів. Верифікація цифр, прогнозів і професійних коментарів. 4. Взаємодія журналіста з прессслужбами, PR-відділами, корпоративними комунікаціями та галузевими організаціями. 5. Межа між галузевою журналістикою, корпоративною журналістикою, PR, рекламою та нативним контентом. **Рекомендовані джерела**: Основна: 1-32. Додаткова: 35-60. Інтернет ресурси: 63, 64	2 2
	Самостійна робота здобувачів 1. Професійна етика, конфлікт інтересів, незалежність журналіста та відповідальність за поширення спеціалізованої інформації. 2. Роль галузевої журналістики у формуванні суспільного розуміння економічних, технологічних і соціальних процесів.	4

	Практичне заняття № 1 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Аналіз спеціалізованого медіа.** Проаналізуйте обране медіа за такими позиціями: тематична спеціалізація; цільова аудиторія; основні рубрики; співвідношення новин, аналітики, інтерв'ю, оглядів і пояснювальних матеріалів; типові джерела; використання статистики та відкритих даних; наявність рекламного, партнерського або нативного контенту. Сформулюйте висновок: у чому професійна цінність цього медіа для аудиторії і які ризики для незалежності можуть виникати. **Завдання 2. Карта джерел галузевої інформації.** Складіть карту не менше ніж із 10 джерел для обраної галузі: державні органи, статистичні ресурси, професійні асоціації, компанії, наукові установи, галузеві експерти, споживачі, громадські організації, міжнародні структури, відкриті бази даних. Для кожного джерела вкажіть, яку інформацію воно може надати, рівень надійності, можливу зацікавленість та спосіб перевірки. **Завдання 3. Експерт чи коментатор?.** Оберіть одну актуальну галузеву тему. Знайдіть трьох потенційних експертів. Для кожного коротко опишіть професійний досвід, можливий конфлікт інтересів та цінність коментаря. Обґрунтуйте, кого запросили б до матеріалу і чому. **Форма представлення результатів:** Аналітична довідка 3–5 сторінок або презентація 8–10 слайдів із посиланнями на використані джерела.	2
	Практичне заняття № 2 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Ідентифікація типу контенту.** Для кожного матеріалу визначте його тип і наведіть щонайменше три ознаки, на яких ґрунтується висновок. Зверніть увагу на авторство, маркування, джерела, баланс позицій, характер лексики, наявність закликів до дії, посилань на продукт або бренд. **Завдання 2. З пресрелізу — у новину.** На основі одного корпоративного пресрелізу: визначте інформаційний привід; вилучіть рекламні формулювання; встановіть, яких даних бракує; доберіть мінімум одне незалежне джерело; сформулюйте п'ять запитань незалежному експерту; напишіть новину обсягом 1800–2500 знаків. **Завдання 3. Конфлікт інтересів.** Розгляньте кейс: журналіста запросили у безкоштовний прес-тур, після якого компанія очікує позитивної публікації. Сформулюйте професійне рішення редакції: що потрібно розкрити аудиторії, які умови участі прийнятні, які — ні, та як зберегти редакційну незалежність.	2

	Форма представлення результатів: Порівняльна таблиця + відредагована новина + коротке письмове рішення за етичним кейсом.	
Розуміти систему жанрів і форматів галузевої журналістики, особливості використання інформаційних, аналітичних і художньо-публіцистичних жанрів залежно від характеру теми, цільової аудиторії та каналу поширення інформації. Знати специфіку підготовки галузевої новини, інтерв'ю, репортажу, аналітичної статті та огляду, принципи вибору інформаційного приводу, роботи з фактами, експертами, професійною термінологією та спеціалізованими джерелами. Вміти обирати відповідний жанр і формат для висвітлення конкретної галузевої теми, структурувати матеріал, адаптувати складну професійну інформацію до потреб аудиторії та створювати журналістський контент із дотриманням вимог точності, зрозумілості й професійних стандартів.	**Тема 2. Жанри, формати та мультимедійні технології галузевої журналістики** **Тема 2.1. Жанри та формати галузевої журналістики** **Лекція № 3** 1. Інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні жанри у висвітленні галузевої тематики. 2. Галузева новина: критерії інформаційної цінності, структура та робота з фактами. 3. Галузеве інтерв'ю: вибір експерта, підготовка запитань, робота з професійною термінологією. 4. Репортаж із підприємства, виробництва, конференції, виставки, професійного заходу чи об'єкта інфраструктури. **Тема 2.2. Аналітична, пояснювальна журналістика та робота з даними** **Лекція №4** 1. Пояснювальна журналістика (explanatory journalism) як спосіб подання складних галузевих процесів. 2. Data journalism у галузевих матеріалах: статистика, відкриті дані, таблиці, рейтинги, індекси та візуалізація. 3. Особливості висвітлення галузевих тем у телевізійній журналістиці: відеоряд, синхрон, стендап, інфографіка. 4. Галузевий контент у радіожурналістиці та подкастах: роль голосу експерта, звуку, пояснення без візуального супроводу. **Тема 2.3. Мультимедійна галузева журналістика та адаптація контенту для різних медіа** **Лекція №5** 1. Онлайн-журналістика: мультимедійна структура матеріалу, гіперпосилання, інтерактивні елементи, оперативність і оновлення інформації. 2. Галузева журналістика у соціальних медіа: короткі формати, відео, сторітелінг, пояснювальні картки та адаптація контенту для платформ. 3. Трансформація одного галузевого інформаційного приводу для телебачення, радіо, онлайн-медіа, соціальних мереж і спеціалізованого видання. *Рекомендовані джерела*: Основна: 1, 6, 7, 10, 12, 14-34 Додаткова: 35-40. Інтернет ресурси: 61-78	2 2 2

	Самостійна робота 1. Аналітична стаття та огляд ринку: поєднання фактів, статистики, коментарів і авторського аналізу.	6
	Практичне заняття № 3 ***Тема 2.1. Жанри та формати галузевої журналістики*** ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. П'ять жанрових рішень.** На основі одного приводу підготуйте: заголовок і лід новини; план аналітичної статті; сім запитань для інтерв'ю; сценарний план репортажу; ідею короткого пояснювального матеріалу. Поясніть, яка додаткова інформація потрібна для кожного жанру. **Завдання 2. Складне — просто.** Оберіть одне професійне поняття, пов'язане з темою (наприклад, інфляція, EBITDA, SaaS, енергетичний баланс, логістичний хаб, базова ставка). Поясніть його для широкої аудиторії у 800–1200 знаках без втрати точності. **Завдання 3. Система заголовків.** Створіть до одного матеріалу п'ять заголовків: інформаційний, аналітичний, SEO, для соціальної мережі та клікбейтний. Останній використайте як анти-приклад і поясніть, чому він небажаний. **Форма представлення результатів:** Письмовий пакет жанрових рішень 3–4 сторінки. ***Практичне заняття № 4*** ***Тема 2.2. Аналітична, пояснювальна журналістика та робота з даними*** ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Один сюжет — чотири формати.** Розробіть структуру телевізійного сюжету, радіоматеріалу/подкасту, онлайн-публікації та короткого матеріалу для соціальної мережі. Для кожного формату визначте головний меседж, обсяг/тривалість, джерела, візуальні або звукові елементи. **Завдання 2. Міні data journalism.** Візьміть невелику таблицю галузевих даних. Визначте головну тенденцію, сформулюйте три коректні журналістські висновки, один висновок, який робити не можна, та запропонуйте вид візуалізації. **Завдання 3. Мультимедійна упаковка.** Спроєктуйте структуру матеріалу, у якому поєднані текст, фото, графік, цитата, відео/аудіо та інтерактивний елемент. Поясніть функцію кожного компонента, щоб уникнути декоративного дублювання інформації. **Форма представлення результатів:** Сценарні плани чотирьох форматів + макет мультимедійної структури.	2 2

	Практичне заняття № 5 ***Тема 2.3. Мультимедійна галузева журналістика та адаптація контенту для різних медіа*** ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Архітектура онлайн-матеріалу.** Оберіть один актуальний галузевий інформаційний привід та розробіть структуру повноцінної онлайн-публікації. Визначте заголовок, підзаголовок, лід, основні смислові блоки, місця для експертних коментарів, статистичних даних, фото, відео, інфографіки, гіперпосилань на першоджерела та інтерактивних елементів. Передбачте, які частини матеріалу можуть потребувати оперативного оновлення після публікації та як позначати такі зміни для аудиторії. **Завдання 2. Один матеріал — різні соціальні платформи.** На основі підготовленої онлайн-публікації створіть адаптації для трьох різних платформ соціальних медіа. Для кожної визначте цільову аудиторію, основний меседж, формат, обсяг, візуальне рішення та заклик до подальшої взаємодії з матеріалом. Підготуйте, наприклад: короткий текстовий пост, сценарій вертикального відео тривалістю до 60 секунд та серію з 5–7 пояснювальних карток. Поясніть, які елементи змісту були скорочені або трансформовані та чому. **Завдання 3. Трансформація без спотворення змісту.** Отримайте один галузевий матеріал обсягом 3–5 тис. знаків та сформуйте на його основі контент-матрицю для п’яти каналів: спеціалізованого видання, онлайн-медіа, телебачення, радіо/подкасту та соціальної мережі. Для кожного каналу визначте: головний інформаційний акцент, жанр або формат, необхідні джерела, орієнтовний обсяг чи тривалість, спосіб подання даних і професійної термінології. Окремо зазначте, **які факти та смисли не можна вилучати або змінювати під час адаптації**, щоб матеріал не втрачав точності. **Завдання 4. Оперативне оновлення галузевої новини.** Змоделюйте розвиток одного інформаційного приводу у три етапи: первинне повідомлення, поява офіційного коментаря та надходження нових статистичних або експертних даних. На кожному етапі оновіть онлайн-матеріал: визначте, що потрібно додати, що уточнити, який заголовок або лід може потребувати зміни, які гіперпосилання та першоджерела необхідно додати. Обґрунтуйте, як забезпечити оперативність без втрати точності та прозорості для аудиторії. **Форма представлення результатів:** Макет онлайн-публікації + три адаптації для соціальних медіа + контент-матриця для п’яти медіаканалів + схема поетапного оновлення матеріалу.	2

Розуміти сутність і специфіку ділової, економічної та фінансової журналістики, її роль у висвітленні економічних процесів, діяльності підприємств, фінансових ринків, інвестицій, підприємництва та державної економічної політики. Знати основні джерела економічної та фінансової інформації, ключові макроекономічні показники, принципи роботи зі статистичними даними й фінансовою звітністю підприємств, а також особливості висвітлення банківської, фінансової, інвестиційної та бізнес-тематики. Вміти аналізувати й інтерпретувати економічні показники, перевіряти достовірність рейтингів, прогнозів та експертних оцінок, пояснювати складні економічні процеси зрозумілою для аудиторії мовою та створювати журналістські матеріали з дотриманням принципів точності, об'єктивності, незалежності й уникнення прихованої реклами та конфлікту інтересів.	**Тема 3. Ділова, економічна та фінансова журналістика** ***Лекція №6*** 1. Предмет і функції ділової, економічної та фінансової журналістики. 2. Основні джерела економічної інформації: державна статистика, НБУ, підприємства, фінансові установи, міжнародні організації, галузеві асоціації. 3. Ключові макроекономічні показники: ВВП, інфляція, безробіття, доходи населення, валютний курс, експорт та імпорт. 4. Як журналісту читати й інтерпретувати статистичну інформацію та не маніпулювати цифрами. ***Лекція №7*** 1. Фінансова звітність підприємства як джерело журналістської інформації: доходи, прибуток, витрати, активи, зобов'язання. 2. Банківська та фінансова тематика: кредити, депозити, процентні ставки, платіжні системи, страхування та fintech. 3. Бізнес-журналістика: підприємництво, інвестиції, бізнес-моделі, стартапи, корпоративні стратегії. 4. Висвітлення державної економічної політики, податків, бюджетних рішень і регуляторних змін. *Рекомендовані джерела:* Основна: 1-34. Додаткова: 35-60. Інтернет ресурси: 63 - 65	2 2
	Самостійна робота 1. Журналістський аналіз діяльності компанії: результати, ринкова позиція, конкуренти, ризики та перспективи. 2. Економічні рейтинги, прогнози й експертні оцінки: критерії достовірності та способи перевірки. 3. Як пояснювати складні економічні процеси масовій аудиторії без надмірного спрощення. 4. Ризики прихованої реклами, корпоративного впливу та конфлікту інтересів у діловій журналістиці.	6
	Практичне заняття №6 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Новина з цифр.** На основі даних про інфляцію, валютний курс, зарплату, експорт, безробіття або ВВП підготуйте короткий матеріал за логікою: що змінилося → чому це важливо → кого це стосується → що потрібно перевірити додатково. **Завдання 2. Перевірка гучної цифри.** Проаналізуйте твердження на кшталт «експорт галузі зріс на 30%». Встановіть період порівняння, одиницю виміру, вплив	2

	цін/курсу, першоджерело, можливі сезонні фактори та сформулюйте коректний варіант повідомлення. **Завдання 3. Економіка простою мовою.** Оберіть одну економічну новину й перепишіть її для читача без спеціальної освіти. Заборонено втрачати причинно-наслідкові зв'язки або замінювати точні поняття некоректними спрощеннями. **Форма представлення результатів:** Аналітична записка з таблицею/графіком і коротка журналістська публікація. ***Практичне заняття № 7*** ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Профіль підприємства.** Дослідіть вид діяльності, продукти, географію, ринок, конкурентів, доступні фінансові результати, інформаційний фон, публічні ризики та заявлені плани. Для кожного блоку вкажіть джерело. **Завдання 2. Інтерв'ю без реклами.** Підготуйте 10–12 запитань керівнику компанії. Щонайменше половина питань має стосуватися показників, ринку, ризиків, суперечливих моментів або перевірюваних тверджень, а не лише досягнень. **Завдання 3. Баланс джерел.** Доберіть три незалежні джерела, здатні підтвердити або поставити під сумнів заяви компанії: статистика, конкурент, галузевий експерт, регулятор, професійна асоціація тощо. Поясніть роль кожного. **Форма представлення результатів:** Профіль компанії 4–6 сторінок + список запитань для інтерв'ю.	2
Розуміти специфіку промислової, енергетичної, будівельної та інфраструктурної журналістики, особливості висвітлення виробничих процесів, діяльності підприємств, енергетичних ринків, будівництва, нерухомості та великих інфраструктурних проєктів. Знати основні джерела інформації про промисловість, енергетику, будівництво та інфраструктуру, ключові показники діяльності підприємств, принципи висвітлення тарифів, інвестицій, технологій, екологічних і	**Тема 4. Промислова, енергетична, будівельна та інфраструктурна журналістика** ***Лекція №8*** 1. Специфіка висвітлення промисловості та виробничих підприємств у медіа. 2. Структура промислового сектору та ключові показники діяльності підприємств. 3. Виробничий процес як предмет журналістського матеріалу: як пояснювати технології нефаховій аудиторії. 4. Джерела інформації про промисловість: підприємства, галузеві асоціації, статистика, регулятори, експерти та працівники. ***Лекція №9*** 1. Енергетична журналістика: традиційна та відновлювана енергетика, енергетична безпека й енергоефективність.	2 2

соціальних наслідків виробничої діяльності. Вміти адаптувати складну технологічну та економічну інформацію для нефахової аудиторії, готувати журналістські матеріали про виробничі та інфраструктурні об'єкти, забезпечувати баланс позицій підприємства, держави, громади та незалежних експертів, дотримуючись принципів точності, безпеки й професійної відповідальності.	2. Тарифи, енергетичні ринки та інфраструктура: принципи коректного висвітлення складних економічних процесів. 3. Будівельна журналістика: житлове, комерційне, промислове та інфраструктурне будівництво. 4. Ринок нерухомості: ціни, попит, пропозиція, девелопмент, інвестиції та споживчі ризики. *Рекомендовані джерела*: Основна: 1-34. Додаткова: 35-38, 56-59. Інтернет ресурси: 61-78	
	Самостійна робота 1. Висвітлення великих інфраструктурних проєктів і проєктів відновлення. 2. Репортаж із виробничого чи інфраструктурного об'єкта: техніка безпеки, доступ до інформації, фото- та відеозйомка. 3. Екологічні та соціальні наслідки промислової діяльності як складова галузевогоматеріалу. 4. Баланс між інформацією підприємства, позицією громади, держави, експертів та інших зацікавлених сторін.	8
	Практичне заняття №8 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Редакційне завдання до виїзду.** Складіть чек-лист журналіста: що потрібно з'ясувати до поїздки, кого інтерв'ювати, які документи/цифри запросити, які процеси побачити, що фото- або відеофіксувати, які питання безпеки уточнити. **Завдання 2. Конструкція репортажу.** Побудуйте план матеріалу за логікою: сцена/деталь → люди → виробничий процес → цифри → проблема/контекст → незалежний коментар → висновок. Для кожного блоку зазначте, яке джерело його підтверджує. **Завдання 3. Технологія простою мовою.** Опишіть один складний виробничий процес у 5–7 реченнях так, щоб він був зрозумілий неспеціалісту, але не містив фактичних спрощень. **Форма представлення результатів:** Редакційний чек-лист + план репортажу + короткий пояснювальний фрагмент. ***Практичне заняття №9*** ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Паспорт проєкту.** Встановіть замовника, джерело фінансування, бюджет, строки, підрядників, заявлені цілі, очікувану користь, основні ризики та можливий вплив на громаду/довкілля. Для ключових даних подайте першоджерела.	2 2

	Завдання 2. Карта позицій. Підготуйте блоки позицій щонайменше чотирьох сторін: замовник/компанія, орган влади, незалежний експерт, громада/користувачі. Визначте, де їхні інтереси збігаються, а де конфліктують. **Завдання 3. Заголовок і лід без PR-тональності.** Напишіть три варіанти заголовка та один лід, що відображають суть проєкту без оціночних рекламних формулювань на кшталт «унікальний», «революційний», «найсучасніший», якщо вони не підтверджені незалежно. **Форма представлення результатів:** Аналітичний паспорт проєкту 3–5 сторінок.	
Розуміти специфіку аграрної та продовольчої журналістики, особливості висвітлення сільського господарства, аграрних ринків, переробної промисловості, продовольчого сектору, агротехнологій і сезонних процесів у галузі. Знати основні джерела аграрної інформації, структуру аграрного сектору, принципи висвітлення продовольчих ринків, земельних відносин, питань якості та безпечності харчових продуктів, експорту, логістики, екологічних аспектів і сталого використання ресурсів. Вміти працювати з галузевою статистикою та професійною термінологією, готувати аграрні новини, інтерв'ю, репортажі й аналітичні матеріали, адаптувати складну інформацію для широкої аудиторії та розмежовувати незалежний журналістський контент і корпоративну рекламу.	**Тема 5. Аграрна та продовольча журналістика** ***Лекція № 10*** 1. Аграрна журналістика як спеціалізований напрям: предмет, аудиторія та професійна термінологія. 2. Структура аграрного сектору: рослинництво, тваринництво, переробка, агросервіс та агротехнології. 3. Сезонність як особливість аграрної інформації: посівна, збір урожаю, ціни, погодні та природні ризики. 4. Джерела аграрної інформації: виробники, фермери, агрохолдинги, державні установи, асоціації, науковці та трейдери. ***Лекція № 11*** 1. Агротехнології, digital agriculture та інновації у сільському господарстві. 2. Земельні відносини та земельний ринок як предмет журналістського висвітлення. 3. Продовольча безпека, якість і безпечність харчових продуктів. 4. Експорт аграрної та продовольчої продукції, міжнародні ринки й логістичні обмеження. *Рекомендовані джерела:* Основна: 1-22. Додаткова: 37-40, 51-55. Інтернет ресурси: 61-78	2 2
	Самостійна робота 1. Продовольчі ринки: виробництво, ціноутворення, попит, споживання, імпорт та експорт. 2. Екологічні аспекти аграрного виробництва, сталість і відповідальне використання ресурсів. 3. Формати аграрного контенту: польовий репортаж, інтерв'ю з виробником, аналітика ринку, історія підприємства, пояснювальний матеріал. 4. Як уникати перетворення журналістського матеріалу про агробізнес на корпоративну рекламу.	8
	Практичне заняття № 10 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань***	2

	Завдання 1. П’ять позицій в одному матеріалі. Складіть план матеріалу, у якому представлені: малий/середній виробник, велике підприємство, незалежний експерт/науковець, орган влади/асоціація, споживач або трейдер. Для кожної сторони сформулюйте 3–4 запитання. **Завдання 2. Сезонний контент-календар.** Створіть календар з 12 тем протягом року. До кожної теми визначте потенційний інформаційний привід і джерело даних. **Завдання 3. Словник для читача.** Оберіть 10 аграрних термінів із теми й подайте короткі точні пояснення. До трьох термінів додайте приклад некоректного спрощення, якого журналіст має уникати. **Форма представлення результатів:** План матеріалу + контент-календар + галузевий словник. ***Практичне заняття № 11*** ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Від поля до полиці.** Побудуйте ланцюг: виробництво → переробка → логістика → опт/ритейл → споживач. На кожному етапі вкажіть, які витрати або ринкові фактори можуть впливати на кінцеву ціну. **Завдання 2. Фактчек харчової «сенсації».** Опрацюйте навчальне повідомлення «У продукті Х виявлено небезпечну речовину». Визначте необхідне першоджерело, компетентний орган, тип лабораторного підтвердження, потрібних експертів і межі допустимого формулювання заголовка. **Завдання 3. Експортна міні-аналітика.** За відкритими даними визначте 3–5 основних зовнішніх ринків для обраного українського продукту та сформулюйте два можливі журналістські сюжети на основі динаміки експорту. **Форма представлення результатів:** Аналітична схема ланцюга + фактчек + коротка експортна довідка.	2
Розуміти специфіку журналістики торгівлі, споживчих ринків, HoReCa та сфери послуг, особливості висвітлення роздрібної торгівлі, електронної комерції, споживчої поведінки, сервісу, клієнтського досвіду та діяльності підприємств сфери гостинності й обслуговування. Знати основні джерела інформації про споживчі ринки, принципи аналізу цін, акцій, знижок, рейтингів, відгуків і	**Тема 6. Журналістика торгівлі, споживчих ринків, HoReCa та сфери послуг** ***Лекція № 12*** 1. Споживчий ринок як об’єкт журналістського висвітлення. 2. Роздрібна торгівля: торговельні мережі, спеціалізовані магазини, локальний ритейл та сучасні формати торгівлі. 3. E-commerce, маркетплейси та цифровізація торговельних процесів. 4. Споживча поведінка як джерело тем для галузевої журналістики. ***Лекція № 13***	2 2

репутаційних показників, а також критерії підготовки об'єктивних оглядів, тестувань товарів і послуг та матеріалів у форматі consumer journalism. Вміти аналізувати споживчий ринок і клієнтський досвід, перевіряти маркетингові твердження компаній, створювати незалежні журналістські огляди та порівняльні матеріали, розмежовувати журналістський контент, рекомендацію, product placement, native advertising і приховану рекламу, дотримуючись професійної етики та принципів незалежності.	5. Ціни, акції, знижки та промоційні механізми: як перевіряти маркетингові заяви компаній. 6. Якість обслуговування, customer experience та права споживачів. 7. HoReCa: ресторанний, готельний і сервісний бізнес як предмет журналістського висвітлення. 8. Рейтинги, огляди, тестування товарів і послуг: методологія та критерії об'єктивності. 9. Consumer journalism: практична інформація для споживача, порівняння продуктів і сервісів. *Рекомендовані джерела*: Основна: 1-34, . Додаткова: 39, 40, 56. Інтернет ресурси: 73-78.	
	Самостійна робота 1. Відгуки, рейтинги користувачів та онлайн-репутація як джерело журналістської інформації. 2. Межа між журналістським оглядом, рекомендацією, product placement, native advertising і прихованою рекламою. 3. Етичні питання взаємодії журналіста з брендами: подарунки, безкоштовні послуги, запрошення та презаходи.	8
	Практичне заняття № 12 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Порівняльний огляд.** До початку збору інформації сформуйте 5–7 критеріїв оцінювання. Після аналізу трьох об'єктів створіть таблицю результатів і короткий огляд. Заборонено змінювати критерії після отримання результатів без окремого пояснення. **Завдання 2. Чек-лист «таємного покупця».** Розробіть інструмент оцінки сервісу: доступність інформації, швидкість, ввічливість, прозорість ціни, якість вирішення проблеми тощо. Окремо сформулюйте етичні межі застосування методу та умови, за яких приховане спостереження може бути неприйнятним. **Завдання 3. Аналіз відгуків.** Проаналізуйте 30–50 публічних відгуків про одну компанію. Закодуйте повторювані теми, визначте щонайменше три системні проблеми/переваги та поясніть обмеження такого джерела даних. **Форма представлення результатів:** Таблиця критеріїв + журналістський огляд + аналітика відгуків. ***Практичне заняття № 13*** ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Редакційний аудит огляду.** Визначте, які елементи свідчать про незалежний журналістський	2 2

	матеріал, а які — про PR/рекламний вплив. Зверніть увагу на маркування, баланс, критерії, походження фото, заклики до дії та відсутність/наявність критичних зауваг. **Завдання 2. Незалежний міні-огляд.** Підготуйте огляд закладу або сервісу обсягом 2000–3000 знаків. Перед текстом подайте критерії оцінювання та джерела фактичної інформації. Не використовуйте рекламні кліше. **Завдання 3. Перевірка промоції.** Оберіть акцію типу «знижка до 50%». Перевірте базову ціну, строки, умови, винятки та реальну доступність. Напишіть коротке пояснення для споживача, що саме означає така пропозиція. **Форма представлення результатів:** Аудит 2–3 матеріалів + власний огляд + фактчек промоції.	
Розуміти специфіку транспортної, логістичної та інфраструктурної журналістики, особливості висвітлення пасажирських і вантажних перевезень, громадського транспорту, міської мобільності, логістичних процесів, транспортної інфраструктури та міжнародних транспортних коридорів. Знати основні джерела інформації про транспорт і логістику, принципи висвітлення тарифів, конкуренції, державного регулювання, транспортної безпеки, аварій і надзвичайних ситуацій, а також можливості використання статистичних, картографічних і геопросторових даних у журналістських матеріалах. Вміти аналізувати транспортні та логістичні процеси, готувати новини, аналітичні матеріали й репортажі з транспортних та інфраструктурних об’єктів, працювати з маршрутами, даними та картами, перевіряти інформацію в умовах	**Тема 7. Транспортна, логістична та інфраструктурна журналістика** ***Лекція № 14*** 1. Транспортна журналістика: основні напрями, аудиторії та джерела інформації. 2. Автомобільний транспорт: пасажирські та вантажні перевезення, ринок таксі, транспортні сервіси. 3. Громадський транспорт і міська мобільність: тарифи, маршрути, доступність та якість послуг. 4. Залізничний транспорт: пасажирські й вантажні перевезення, інфраструктура та логістика. 5. Авіаційний і водний транспорт: особливості висвітлення галузей. ***Лекція № 15*** 1. Логістика та ланцюги постачання як предмет економічної журналістики. 2. Міжнародні транспортні коридори, прикордонна інфраструктура та транзит. 3. Транспортна безпека, аварії та надзвичайні ситуації: журналістські стандарти роботи. 4. Тарифи, конкуренція й державне регулювання транспортних послуг. 5. Технологічні інновації у транспорті: електромобільність, smart mobility, цифрові сервіси. *Рекомендовані джерела*: Основна: 1-11, 14-34. Додаткова: 44, 48, 59. Інтернет ресурси: 73-75	2 2
	Самостійна робота 1. Репортаж із транспортного об’єкта, вокзалу, аеропорту, логістичного центру або громадського транспорту.	8

оперативного висвітлення подій і дотримуватися принципів точності, безпеки та професійної відповідальності. снювати контроль якості рекламного продукту відповідно до технічних вимог різних платформ.	2. Використання даних і картографічних матеріалів у транспортній журналістиці.	
	Практичне заняття № 14 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Польове спостереження.** Зафіксуйте фактичний час очікування, тривалість поїздки, завантаженість, доступність, інформаційне забезпечення, комфорт і проблемні точки. Повторіть спостереження щонайменше у двох часових інтервалах. **Завдання 2. Міні-опитування пасажирів.** Розробіть 7–10 коротких запитань без навідних формулювань. Проведіть навчальне опитування або змоделюйте план його проведення з поясненням вибірки та обмежень. **Завдання 3. Матеріал із трьох типів джерел.** Поєднайте власні спостереження, думки користувачів і офіційні дані/коментар перевізника. Підготуйте коротку журналістську замітку з чітким розмежуванням фактів і оцінок. **Форма представлення результатів:** Польовий чек-лист + анкета + матеріал 2000–3000 знаків. ***Практичне заняття № 15*** ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Ланцюг постачання.** Побудуйте маршрут: виробник → склад → перевізник → кордон/термінал → дистрибуція → магазин/споживач. На кожному етапі визначте можливі затримки, витрати та джерела інформації. **Завдання 2. Breaking news.** Опрацюйте змодельований кейс аварії, перекриття дороги, зупинки залізничного сполучення або логістичного збою. Підготуйте перше повідомлення лише з підтверджених фактів, список джерел для оновлення та другу версію матеріалу після надходження додаткових даних. **Завдання 3. Картографічна візуалізація.** Запропонуйте карту для пояснення маршруту, перекриття, альтернативних шляхів або зони впливу. Визначте, які дані повинні бути нанесені й які джерела підтверджують географічну інформацію. **Форма представлення результатів:** Схема ланцюга + дві версії оперативної новини + ескіз карти.	2 2
Розуміти специфіку ІТ-журналістики, телекомунікацій та цифрових індустрій, особливості висвітлення технологічних компаній, програмних продуктів,	**Тема 8. ІТ-журналістика, телекомунікації та цифрові індустрії** ***Лекція № 16*** 1. ІТ-журналістика як напрям спеціалізованої журналістики: поняття, аудиторії та джерела.	2

цифрових платформ, стартапів, телекомунікаційної інфраструктури, штучного інтелекту та інших сегментів цифрової економіки. Знати основні джерела технологічної інформації, принципи перевірки заяв компаній про інноваційність, AI та функціональні можливості цифрових продуктів, а також ключові питання кібербезпеки, цифрової приватності, персональних даних і технологічних ризиків. Вміти готувати огляди цифрових продуктів і технологічних сервісів, адаптувати складну технічну інформацію для нефахової аудиторії, використовувати AI як допоміжний інструмент у журналістській роботі та дотримуватися принципів фактчекінгу, прозорості, авторства, конфіденційності й професійної відповідальності.	2. IT-індустрія, програмні продукти, SaaS, стартапи та цифрові платформи. 3. Телекомунікації: мобільний зв'язок, інтернет, цифрова інфраструктура та розвиток мереж. 4. Штучний інтелект як предмет журналістського висвітлення. ***Лекція № 17*** 1. Кібербезпека, персональні дані, цифрова приватність та інформаційні ризики. 2. Gaming, creator economy, digital media та інші сегменти цифрових і креативних індустрій. 3. Технологічні стартапи, венчурні інвестиції та підприємництво. 4. Product journalism: огляди цифрових продуктів, застосунків і технологічних сервісів. 5. Пояснювальна журналістика про складні технології: способи адаптації технічної інформації. *Рекомендовані джерела*: Основна: 1-14, 15-34. Додаткова: 44, 48, 59. Інтернет ресурси: 63-75	2
	Самостійна робота 1. Як перевіряти заяви компаній про AI, інноваційність та технологічні можливості продуктів. 2. Використання AI журналістом: пошук, аналіз, транскрибування, переклад, візуалізація та створення контенту. 3. Професійна відповідальність журналіста при використанні генеративного AI: перевірка фактів, прозорість, авторство та ризики маніпуляцій.	8
	Практичне заняття № 16 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Fact-check технологічного claim.** Розберіть заяву типу «AI-продукт підвищує ефективність на 90%». З'ясуйте, що саме вимірювали, на якій вибірці, за який період, хто проводив тест, чи є незалежне підтвердження, чи коректне узагальнення. **Завдання 2. Огляд цифрового продукту.** Підготуйте незалежний огляд застосунку/сервісу: функції, сценарії використання, usability, ціна, переваги, обмеження, політика даних/безпека, конкуренти. Відокремте власне тестування від заяв розробника. **Завдання 3. Технологія у форматі FAQ.** Поясніть одну технологію через 5 запитань і відповідей: що це, як працює, для чого використовується, які переваги, які обмеження/ризики. **Форма представлення результатів:** Фактчек + структурований огляд + FAQ.	2

	Практичне заняття № 17 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. AI-assisted workflow.** Застосуйте AI для трьох допоміжних операцій: формування пошукових напрямів, структурування нотаток, варіантів заголовків, транскрибування або чернетки запитань. Для кожної операції позначте потенційний ризик помилки. **Завдання 2. Фактчек AI-відповіді.** Отримайте від AI коротку довідку за темою й перевірте щонайменше п'ять конкретних фактів за першоджерелами. Створіть таблицю: твердження → джерело → підтверджено/спростовано/не вдалося підтвердити. **Завдання 3. Редакційна політика AI.** У групі сформулюйте 7–10 правил: де AI дозволений, де заборонений/обмежений, як перевіряються факти, як поводитися з конфіденційними даними, коли потрібне розкриття використання AI, хто несе відповідальність. **Форма представлення результатів:** Журнал використання AI + таблиця фактчеку + редакційна політика.	2
Розуміти специфіку туристичної, готельно-ресторанної та культурно-креативної журналістики, особливості висвітлення туристичних дестинацій, індустрії гостинності, подорожей, культурних подій, креативних індустрій і туристичного досвіду. Знати основні формати туристичного та культурного контенту, принципи destination journalism, travel storytelling, підготовки оглядів готелів і ресторанів, туристичних репортажів і travel-video, а також особливості використання соціальних медіа для висвітлення туристичної тематики. Вміти створювати журналістські матеріали про туристичні локації, події, заклади гостинності та культурні проєкти, адаптувати контент для різних медіаплатформ, розмежовувати travel journalism, блогінг, influencer marketing, PR і рекламу, дотримуючись	**Тема 9. Туристична, готельно-ресторанна та культурно-креативна журналістика** ***Лекція № 18*** 1. Туристична журналістика: предмет, функції, аудиторія та основні тематичні напрями. 2. Туристичні дестинації як об'єкти журналістського висвітлення. 3. Destination journalism і роль медіа у формуванні образу території. 4. Travel storytelling: способи створення історії про місце, маршрут, подію чи туристичний досвід. ***Лекція № 19*** 1. Готельна та ресторанна журналістика: стандарти оглядів і критерії оцінювання. 2. Туристичний репортаж і travel-video: структура, візуальний контент та авторська присутність. 3. Подієвий туризм, фестивалі, виставки, конференції та культурні події. 4. Культурні й креативні індустрії: музика, кіно, дизайн, мода, видавнича справа, культурні проєкти. *Рекомендовані джерела*: Основна: 1-12, 14-34. Додаткова: 54, 58, 59. Інтернет ресурси: 63-75	2 2
	Самостійна робота 1. Брендинг територій і туристичні бренди у журналістському контенті.	8

принципів незалежності, прозорості та професійної етики.	2. Туристична журналістика у соціальних мережах: short video, reels, stories, фотоісторії та user-generated content. 3. Прес-тури, рекламні поїздки, безкоштовне проживання та інші можливі конфлікти інтересів. 4. Межа між travel journalism, блогінгом, influencer marketing, PR туристичної дестинації та рекламою.	
	Практичне заняття № 18 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Матеріал про територію.** Складіть структуру тексту: історія/контекст → люди → місце → культура/подія → їжа/сервіс → практична інформація → обмеження/ризики. Для кожного блоку вкажіть джерело. **Завдання 2. Маршрут «1 день у…».** Розробіть реалістичний маршрут із часовими інтервалами, логістикою, орієнтовними витратами та альтернативами. Перевірте години роботи/доступність на момент підготовки. **Завдання 3. Один маршрут — три аудиторії.** Адаптуйте маршрут для сім'ї з дітьми, молодої аудиторії та іноземного туриста. Поясніть, які елементи ви змінили й чому. **Форма представлення результатів:** Travel-план 4–5 сторінок або мультимедійна презентація. ***Практичне заняття № 19*** ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Кейс прес-туру.** Проаналізуйте ситуацію, коли організатор оплачує транспорт, проживання й харчування. Визначте ризики, умови прийнятної участі, необхідність disclosure та межі впливу організатора на зміст. **Завдання 2. Журналіст vs інфлюенсер.** Порівняйте два матеріали за критеріями: мета, джерела, верифікація, баланс, disclosure, рекламні інтеграції, практична користь, авторська присутність, заклик до дії. **Завдання 3. Мультимедійний travel-проєкт.** Спроєктуйте пакет: стаття, фотогалерея, коротке відео, карта, social teaser. Позначте, які елементи є редакційними, а які могли б бути комерційними лише за належного маркування. **Форма представлення результатів:** Етичний висновок + порівняльна таблиця + концепція проєкту.	2 2
Розуміти специфіку медичної, фармацевтичної та соціально значущої галузевої журналістики, її підвищену суспільну відповідальність,	**Тема 10. Медична, фармацевтична та соціально значуща галузева журналістика** ***Лекція № 20*** 5. Медична журналістика як напрям підвищеної суспільної відповідальності.	2

особливості висвітлення питань здоров'я, фармацевтичного ринку, соціальних послуг, гуманітарних програм і проблем вразливих груп. Знати основні джерела медичної та соціальної інформації, принципи доказової медицини, перевірки наукових досліджень і професійної компетентності експертів, а також вимоги до конфіденційності, захисту персональних даних, етичного інтерв'ювання та коректного висвітлення чутливих тем. Вміти відрізняти науково підтверджену інформацію від псевдонауки й маніпуляцій, створювати професійні матеріали про медичні, фармацевтичні та соціальні проблеми, розмежовувати журналістський, PR- і рекламний контент та дотримуватися принципів точності, доказовості, приватності, поваги до гідності людини й професійної відповідальності.	6. Джерела медичної інформації: лікарі, наукові установи, медичні заклади, професійні асоціації та офіційні органи. 7. Доказова медицина та принципи перевірки медичної інформації. 8. Наукові дослідження як джерело журналістського матеріалу: базові принципи читання й інтерпретації результатів. ***Лекція № 21*** 9. Фармацевтична журналістика: лікарські засоби, ринок фармацевтики та відповідальність при висвітленні медичних препаратів. 10. Медична реклама та межа між журналістським матеріалом, PR медичного закладу й рекламним контентом. 11. Wellness, харчування, психологічне здоров'я та інші популярні теми: ризики спрощення й дезінформації. 12. Висвітлення епідемій, надзвичайних ситуацій, травматичних подій і загроз здоров'ю. 13. Етика інтерв'ю з пацієнтами, людьми з інвалідністю, постраждалими та іншими вразливими групами. *Рекомендовані джерела*: Основна: 1-12, 14-34. Додаткова: 36, 38, 49. Інтернет ресурси: 61-65.	2
	Самостійна робота 1. Як відрізнити науково підтверджену інформацію від псевдонауки та маніпуляції. 2. Конфіденційність медичної інформації, приватність і повага до гідності людини. 3. Соціальна журналістика: висвітлення соціальних послуг, проблем вразливих груп, громадських і гуманітарних програм.	8
	Практичне заняття № 20 ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Перевірка медичної новини.** З'ясуйте, де опубліковано дослідження, хто автори, яка вибірка, чи є контрольна група, що саме було виміряно, які обмеження зазначили автори та чи відповідає заголовок фактичному висновку. **Завдання 2. Експертний коментар.** Складіть критерії вибору медичного експерта: освіта, спеціалізація, клінічна/наукова практика, конфлікти інтересів. Підготуйте 7–10 запитань для коментаря. **Завдання 3. Заголовок без шкоди.** Візьміть 5 сенсаційних медичних заголовків і перепишіть їх професійно. Для кожного поясніть, яка саме небезпека	2

	містилася в початковому формулюванні: причинність, перебільшення, стигматизація, псевдоточність тощо. **Форма представлення результатів:** Фактчек 3–4 сторінки + критерії експерта + блок редагування заголовків. ***Практичне заняття № 21*** ***Розгляд теоретичних питань*** ***Обговорення ситуацій, рішення завдань*** **Завдання 1. Етичне інтерв'ю.** Розробіть сценарій розмови: вступ і пояснення мети, отримання згоди, 8–10 коректних запитань, теми, яких варто уникати, умови анонімізації, право припинити інтерв'ю, правила роботи з фото/відео. **Завдання 2. Редагування проблемного матеріалу.** Отримайте або складіть фрагмент із стигматизуючими словами, надмірними деталями, оціночністю чи порушенням приватності. Відредагуйте його й письмово поясніть кожну суттєву зміну. **Завдання 3. Social & Impact Journalism.** На основі опису соціального/гуманітарного проєкту сформулюйте питання: яку проблему вирішували; кого охопили; що змінилося; чим це підтверджено; чи є baseline/endline або інші вимірювання; що говорять учасники; які альтернативні пояснення можливі. Визначте, де закінчується звітність про активності й починається доказ результату. **Форма представлення результатів:** Сценарій інтерв'ю + відредагований текст + перелік impact-питань.	2
Індивідуальне завдання (творчий проєкт / участь у наукових заходах) Розробити комплекс рекламної продукції для обраного бренду (реального або умовного), що включає друковану, зовнішню, сувенірну та digital-рекламу, з описом макетів, визначенням технічних параметрів (формати, розміри, кольорові моделі), обґрунтуванням вибору матеріалів і технологій виготовлення, характеристикою етапів виробництва та взаємодії з підрядниками, розробкою чек-листа контролю якості, а також адаптацією рекламних матеріалів до різних цифрових платформ і вимог публікації.		**24**
ЗАГАЛОМ		**180/6**

ІІІ. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні джерела

1. Бурмагін О., Опришко Л. Правові засади професійної діяльності журналіста: посібник для журналістів. Київ: ГО «Платформа прав людини», 2021. 86 с.
2. Еннан Р. Є. Медіаправо: навчально-методичний посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Журналістика». Одеса: Національний університет «Одеська юридична академія», 2021. URL: https://dspace.onua.edu.ua/items/bb03e27d-7b46-4efe-9ab4-13effe8ed66c
3. Іващенко В. Л. Сучасні медіакомунікативні технології: навчальний посібник. Київ: Видавництво «Розумники», 2021. 192 с.
4. Інститут масової інформації. Професійні стандарти журналістики та методологія моніторингу медіа. 2023–2026. URL: https://imi.org.ua/monitorings
5. Коваль С. В., Бондаренко Т. Г. Основи цифрових медіа: тренди, формати, технології: навчальний посібник. Черкаси: Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, 2024. 126 с.
6. Кодацька Н. О., Філатов В. В. Медіаправо: навчальний посібник. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2023. URL: https://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/6511
7. Кодекс етики українського журналіста. Комісія з журналістської етики. Поточна редакція. URL: https://cje.org.ua/ethics-codex/
8. Олтаржевський Д. О. Цифрові комунікації: навчальний посібник із дисципліни «Медіавиробництво: промоція». Київ: ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, 2023. 120 с.
9. Пушкар О. І., Грабовський Є. М. Культура цифрових медіа: навчальний посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 164 с.
10. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо висвітлення чутливих тем, роботи з потерпілими, дітьми, військовими, людьми з інвалідністю та іншими вразливими групами. 2022–2026. URL: https://cje.org.ua/category/complaints/recommendations/
11. Сазонова Ю. О. Спортивна журналістика України: історія, еволюція, трансформація: монографія. Миколаїв: Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 276 с.
12. Ткач Д. І. Міжнародна журналістика в системі засобів масової комунікації: навчально-методичний посібник. Київ: Університет економіки та права «КРОК», 2023.
13. Чекмишев О. В. Основи журналістики: навчальний посібник. Київ: ВЦ «Академія», 2021.

Нормативно-правові джерела

14. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. Поточна редакція.

15. Про медіа: Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX. Поточна редакція.
16. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII. Поточна редакція.
17. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI. Поточна редакція.
18. Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста: Закон України від 23.09.1997 № 540/97-ВР. Поточна редакція.
19. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР. Поточна редакція.
20. Про забезпечення функціонування української мови як державної: Закон України від 25.04.2019 № 2704-VIII. Поточна редакція.
21. Про захист персональних даних: Закон України від 01.06.2010 № 2297-VI. Поточна редакція.
22. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 01.12.2022 № 2811-IX. Поточна редакція.
23. Про офіційну статистику: Закон України від 16.08.2022 № 2524-IX. Поточна редакція.
24. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. Поточна редакція.
25. Про електронні комунікації: Закон України від 16.12.2020 № 1089-IX. Поточна редакція.
26. Про охорону навколишнього природного середовища: Закон України від 25.06.1991 № 1264-XII. Поточна редакція.
27. Основи законодавства України про охорону здоров'я: Закон України від 19.11.1992 № 2801-XII. Поточна редакція.
28. Про лікарські засоби: Закон України від 04.04.1996 № 123/96-ВР. Поточна редакція.
29. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів: Закон України від 23.12.1997 № 771/97-ВР. Поточна редакція.
30. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів: Закон України від 06.12.2018 № 2639-VIII. Поточна редакція.
31. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Поточна редакція.
32. Про транспорт: Закон України від 10.11.1994 № 232/94-ВР. Поточна редакція.
33. Про критичну інфраструктуру: Закон України від 16.11.2021 № 1882-IX. Поточна редакція.
34. Кримінальний кодекс України: Закон України від 05.04.2001 № 2341-III. Поточна редакція. Зокрема стаття 171 «Перешкоджання законній професійній діяльності журналістів».

Додаткові джерела

35. European Journalism Centre. Посібник із верифікації інформації та протидії медійним маніпуляціям. 2021–2025. URL: https://datajournalism.com/read/handbook/verification-3

36. StopFake. Інструменти перевірки інформації, фото, відео та повідомлень із соціальних мереж. 2021–2026. URL: https://www.stopfake.org/uk/

37. Texty.org.ua. Журналістика даних: методики аналізу, візуалізації та інтерпретації відкритих даних. 2021–2026. URL: https://texty.org.ua/

38. UNESCO. Журналістика, «фейкові новини» та дезінформація: посібник для викладання і навчання журналістики. Україномовні та адаптовані навчальні матеріали. Оновлення 2021–2024. URL: https://unesdoc.unesco.org/

39. VoxCheck. Методологія фактчекінгу економічної, політичної, соціальної та медичної інформації. 2021–2026. URL: https://voxukraine.org/voxcheck/

40. Академія української преси. Практична медіаграмотність: посібники та навчальні матеріали. Київ: АУП, 2021–2025. URL: https://www.aup.com.ua/

41. Бончак Т., Онуфрів С. Екологічна проблематика в локальних медіа в умовах повномасштабного вторгнення. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки. 2025. URL: https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2025/may/39031/6_0.pdf

42. Державна служба статистики України. Методологічні положення та офіційна статистична інформація. 2021–2026. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/

43. Детектор медіа. Штучний інтелект у роботі журналіста: можливості, ризики, авторство і перевірка контенту. 2023–2026. URL: https://detector.media/

44. Інститут масової інформації. Журналіст і штучний інтелект: правила відповідального використання генеративних технологій. Київ: IMI, 2024–2025. URL: https://imi.org.ua/

45. Інститут масової інформації. Як писати про війну: безпека, етика та професійні стандарти журналіста. Київ: IMI, 2022–2025. URL: https://imi.org.ua/

46. Комісія з журналістської етики. Рекомендації щодо висвітлення загибелі людей під час війни. 2022. URL: https://cje.org.ua/

47. Комісія з журналістської етики. Рекомендації щодо висвітлення питань здоров'я, інвалідності та становища вразливих соціальних груп. 2022–2025. URL: https://cje.org.ua/

48. Комісія з журналістської етики. Рекомендації щодо висвітлення тем, пов'язаних із дітьми. 2022–2025. URL: https://cje.org.ua/

49. Локшин П. С. Особливості спортивної журналістики в Україні: історія становлення, проблеми та основні тенденції розвитку. Обрії друкарства. 2024. URL: https://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/297736

50. Локшин П. С. Українська спортивна журналістика в умовах цифрової трансформації медіа. Обрії друкарства. 2024.

51. Міністерство аграрної політики та продовольства України. Аналітичні матеріали, відкриті дані й офіційна інформація про аграрний та продовольчий сектори. 2021–2025. URL: https://minagro.gov.ua/

52. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України. Екологічна інформація, відкриті дані та матеріали про наслідки війни для довкілля. 2021–2025. URL: https://mepr.gov.ua/

53. Міністерство молоді та спорту України. Щорічний інформаційний довідник «Україна спортивна». 2021–2024. URL: https://mms.gov.ua/fizichna-kultura/statistichna-zvitnist/shchorichnij-informacijnij-dovidnik-ukrayina-sportivna

54. Національний банк України. Економічна та фінансова грамотність для медіа: статистика, аналітика, пояснення економічних показників. 2021–2026. URL: https://bank.gov.ua/

55. Платформа прав людини. Практичні рекомендації з медіаправа для журналістів. Київ, 2021–2026. URL: https://www.ppl.org.ua/

56. Тарасюк В. Сучасні тенденції розвитку спортивної журналістики України. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2023. URL: https://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/article/download/988/983

57. Харченко С. В., Шинкарук В. Д. Екологічна журналістика: міжнародний досвід та українські реалії. Міжнародний філологічний часопис. 2022. Т. 13, № 1. С. 77–85. DOI: https://doi.org/10.31548/philolog2022.01.077

58. Центр громадського здоров'я МОЗ України. Рекомендації для медіа щодо висвітлення питань громадського здоров'я, інфекційних захворювань, вакцинації та психічного здоров'я. 2021–2026. URL: https://phc.org.ua/

59. Центр демократії та верховенства права. Медіаправо та свобода слова: практичні консультації для журналістів і редакцій. 2021–2026. URL: https://cedem.org.ua/direction-media/

60. Шийка С. Жанрові особливості інформаційної журналістики. Український інформаційний простір. 2022. № 1 (9). С. 147–160. DOI: https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(9).2022.257212

Інтернет-ресурси та бази даних

61. Верховна Рада України. База даних «Законодавство України». URL: https://zakon.rada.gov.ua/

62. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. URL: https://webportal.nrada.gov.ua/

63. Комісія з журналістської етики. URL: https://cje.org.ua/

64. Інститут масової інформації. URL: https://imi.org.ua/

65. «Детектор медіа». URL: https://detector.media/

66. StopFake — платформа перевірки фактів і протидії дезінформації. URL: https://www.stopfake.org/uk/

67. VoxCheck — фактчекінговий проєкт. URL: https://voxukraine.org/voxcheck/

68. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/

69. Національний банк України. Статистика та відкриті дані. URL: https://bank.gov.ua/ua/statistic

70. Єдиний державний вебпортал відкритих даних. URL: https://data.gov.ua/

71. Prozorro — електронна система публічних закупівель. URL: https://prozorro.gov.ua/
72. World Bank Open Data. URL: https://data.worldbank.org/
73. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/
74. FAOSTAT — статистична база Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН. URL: https://www.fao.org/faostat/
75. World Health Organization. URL: https://www.who.int/
76. PubMed — база наукових публікацій у галузі медицини та наук про життя. URL: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/
77. International Energy Agency. Data and Statistics. URL: https://www.iea.org/data-and-statistics
78. DataJournalism.com. URL: https://datajournalism.com/