

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Інститут журналістики

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Заступник директора
з навчально-виховної роботи
проф. Корнєєв В. М
«___» _____ 2021 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МЕДІАВИРОБНИЦТВО: ПРОДУКТ

для студентів

галузь знань	06 «Журналістика»
спеціальність	061 «Журналістика»
освітній рівень	перший, бакалавр
освітньо-професійна програма	<i>журналістика і соціальна комунікація, видавнича справа та медіаредагування, медіапродюсування, реклама та зв'язки з громадськістю</i>
вид дисципліни	обов'язкова

Форма навчання: денна

Навчальний рік 2021/2022

Семестр 1-2

Кількість кредитів ECTS 13

Мова викладання українська

Форма заключного контролю іспит

Викладачі: Воронова М.Ю., канд. філол.н., доц.кафедри періодичної преси, Радчик Р.В., канд. філол.н., доц.кафедри періодичної преси, Кобинець А.В., канд. філол.н., доц.кафедри періодичної преси, Зоріна О.С., канд. філос.н., доц.кафедри періодичної преси, Мадей А.С., к.філол.н., ас. каф. період. преси, Юричко А.В., к.філол.н., ас. каф. період. преси, Іщук Н.М., канд. наук із соц.ком, доц. кафедри мультимед. техн. та медіадизайну, Проценко О.В., канд.філол.н., доц.каф. мови та стилістики, Шевченко Л.Ю., канд.філол.н., доц.каф. мови та стилістики, Данильчук Д. В., канд.філол.н., доц.каф. мови та стилістики, Гурицька М.С., доц., канд. політ. н., Ковтун Т.В., канд. філол. н., Парубець О.М., ас., канд. н. із соц. ком., Цуканова Г.О., доц., канд. н. із соц. ком., Шафаренко Ю.М., доц., к.н. із соц.ком., Шмига Ю.І., доц., канд. філол. н., Ярошенко Л.А., ас., канд. н. із соц. ком., Гоян О.В., докт.філол.н, Сашук Г.М., докт. політ.н., Нагорняк М.В., канд.філол.н., Хоменко І.М., докт. наук із соц.ком.

Пролонговано: на 2022/2023 н.р. _____ (_____) «__» ____ 2022 р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 2023/2024 н.р. _____ (_____) «__» ____ 2023 р.
(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ – 2021

Розробник: Кобинець Алла Володимирівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри періодичної преси

ЗАТВЕРДЖЕНО
Зав. кафедри періодичної преси

_____ (Приступенко Т. О.)
Протокол № 1 від «31» серпня 2021 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО
Зав. кафедри мови та стилістики
_____ (Шумарова Н. П.)
Протокол № 1 від «31» серпня 2021 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО
Зав. кафедри телебачення і радіомовлення
_____ (Гоян О. Я.)
Протокол № 1 від «31» серпня 2021 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО
Зав. кафедри мультимедійних технологій
та медіадизайну
_____ (Шевченко В. Е.)
Протокол № 1 від «31» серпня 2021 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО
Зав. кафедри реклами та зв'язків з громадськістю
_____ (Іванов В. Ф.)
Протокол № 1 від «31» серпня 2021 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО
Зав. кафедри видавничої справи
_____ (Теремко В. І.)
Протокол № 1 від «31» серпня 2021 р.

Схвалено науково-методичною комісією Інституту журналістики

Протокол від «31» серпня 2021 року № 1

Голова науково-методичної комісії _____ (Волобуєва А. М.)

1. Мета дисципліни: надати комплексні теоретико-практичні знання щодо специфіки професійної журналістики у межах опанування журналістського фаху, навчитися вибирати теми інформаційних матеріалів та створювати їх, дати їм змогу отримати практичні навички роботи в інформаційних жанрах друкованих та електронних ЗМІ; сформувати уявлення про процеси створення та функціонування й життєдіяльність на інформаційному ринку сучасних газет, журналів, теле- та радіо продуктів; організацію роботи редакційного колективу; пізнати основи менеджменту та редакційного маркетингу; економічного аспекту діяльності ЗМІ.

Дисципліна формує загальне уявлення про те, якими методами і засобами професійна журналістика здійснює свою діяльність у суспільстві.

2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни:

- 1) студент має бути готовим до сприйняття теоретико-практичної інформації медійного змісту;
- 2) знати основні вимоги до підготовки журналістського матеріалу;
- 3) вміти підготувати у друкованих ЗМІ, на радіо чи телебаченні найпростіший інформаційний матеріал;
- 4) володіти навичками збирання та обробки інформації;
- 5) володіти навичками літературного обробітку текстів та редагування;
- 6) володіти навичками верстки шпальт газети/журналу, медіадизайну;
- 7) володіти навичками рекламного менеджменту;
- 8) орієнтуватися в організації роботи редакції та в способах розповсюдження періодичного друкованого видання.

3. Анотація навчальної дисципліни.

Навчальна дисципліна «Медіавиробництво: продукт» є складником освітньо-професійної програми підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр, професійного напрямку підготовки «журналістика». Викладається протягом I та II семестрів на I курсі обсягом 390 год. (13 кредитів ECTS).

Протягом I семестру на I курсі – обсягом 90 год. (3 кредити ECTS), із них: 2 кредити ECTS на кафедрі періодичної преси та один – на кафедрі мови та стилістики. Дисципліна складається із 14 годин лекцій, 30 практичних годин і 46 годин самостійної роботи. Форма контролю – іспит.

Протягом II семестру дисципліна обсягом 300 годин (10 кредитів ECTS), із них:

3 кредити ECTS на кафедрі телебачення та радіо (10 лекційних занять, 34 практичних, 46 сам. роб. Форма контролю – іспит);

2 кредити ECTS на кафедрі мови та стилістики (24 год. практичних, 36 сам. роб.);

2 кредити ECTS на кафедрі мультимедійних технологій та медіадизайну (36 год. практичних, 24 год. сам. роб., форма контролю – іспит);

1 кредит ECTS на кафедрі періодичної преси (14 год. практ. роб, 16 год – сам. роб.);

1 кредит ECTS на кафедрі видавничої справи (2 год. лекц., 14 год. практ. роб, 14 год – сам. роб.);

1 кредит ECTS на кафедрі реклами та зв'язків з громадськістю (2 год. лекц., 14 год. практ. роб, 14 год – сам. роб.).

Під час лекційних занять розглядаються чотири основних теми, а саме: «Газета/журнал як соціальний інститут» (такі питання: специфіка вітчизняного інформаційного ринку, типи та функції періодичних друкованих видань, авторський актив, організація роботи редакції); «Особливості та специфіка праці журналіста друкованих медіа» (такі питання: жанрова палітра періодичного друкованого видання; вимоги до дизайну та верстки, підготовка видання до друку); «Сучасні друковані ЗМІ в умовах українського ринку» (такі питання: редакційний маркетинг, специфіка, бізнес-

планування, особливості редакційного менеджменту); «Періодичне друковане видання як підприємство: аспекти діяльності» (такі питання: джерела фінансування, шляхи ефективної роботи, цінова стратегія, шляхи розповсюдження).

У ході вивчення за вищезазначеними кредитами дисципліни «Медіавиробництво: продукт» під час практичних занять студенти ознайомляться з особливостями підготовки та написання матеріалів різних інформаційних жанрів, зрозуміють їх спільні та відмінні риси. Основний зміст курсу – практична підготовка студентами під керівництвом викладачів журналістських інформаційних матеріалів різної тематичної спрямованості та отримання початкових знань щодо створення з цих матеріалів навчальних друкованих видань, а також робота над мовою згідно існуючих норм і правил, стилем.

Дисципліна також формує навички створення інформаційних продуктів у теле- та радіо галузях, використання новітніх систем верстки та дизайну, застосування сучасних методів редагування та літ обробітку текстів, використання сучасних методів створення, поширення реклами, постановку голосу.

Підсумком роботи студентів протягом вивчення курсу є створення низки навчальних робіт в інформаційних жанрах друкованої періодики в I семестрі (змітка, репортаж, інтерв'ю, звіт); теле- та радіо, а також створення повноцінних медійних проєктів – газети/журналу, радіо-чи телепередачі – у II семестрі.

Відповідно до програмних компетентностей та компонентів освітньої програми «Журналістика та соціальна комунікація» «Journalism and Social Communication» зі спеціальності № 061 «Журналістика» студенти мають володіти такими загальними компетентностями: знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності (ЗК02).

4. Завдання (навчальні цілі):

Фахові:

1. Забезпечити теоретичними знаннями, необхідними для ефективного створення журналістських інформаційних матеріалів.
2. Допомогти сформувати навички роботи в інформаційних жанрах;
3. Сформувати (вдосконалити) стиль письма.
4. Навчити вибирати та досліджувати тему («генерувати» ідеї, виконувати журналістські завдання).
6. Дати теоретичне розуміння організації редакційної діяльності друкованого медіа та сформувати практичні навички роботи в редакційному колективі.
7. Навчити студентів розробляти теми для публікацій та працювати над ними.

Загальні:

1. Надати знання про поняттєвий апарат медійної галузі.
2. Надати знання про функції та принципи сучасної газетно-журнальної та теле-, радіожурналістики.
3. Надати знання про інформаційні жанри журналістики та їх використання в медіагалузі.
4. Ознайомити із творчо-професійними вимогами щодо роботи журналістів у друкованих та електронних ЗМІ.
5. Навчити розрізняти та готувати якісний професійний продукт (палітру інформаційних жанрів сучасних ЗМІ, газету/журнал, радіо-та телесюжет/передачу).
6. Навчити комунікувати із різними службами редакційного колективу, планувати роботу відділів, творчих та технічних служб, вміти використовувати сучасні технології медіадизайну.

5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1	Володіти знаннями щодо інформаційних жанрів у друкованих ЗМІ, на радіо й телебаченні	Лекція, практичні заняття, самостійна робота, іспит	Відповіді на практичних заняттях та на іспиті	20
1.2	Мати уявлення про функціонування редакції газети (журналу)/телерадіокомпанії	Лекція, практичні заняття, самостійна робота, іспит	Відповіді на практичних заняттях та на іспиті	5
1.3.	Розмежовувати функції творчої та технічної частини редакційного колективу.	Лекція, практичні заняття, самостійна робота, іспит	Відповіді на практичних заняттях та на іспиті	5
1.4.	Розуміти специфіку тематичної спрямованості періодичного друкованого видання /радіо-, телекомпанії	Лекція, практичні заняття, самостійна робота, іспит	Відповіді на практичних заняттях та на іспиті	5
1.5	Знати основні принципи компонування номера друкованого видання та верстки теле- й радіорепрограм	Лекція, практичні заняття, самостійна робота, іспит	Відповіді на практичних заняттях та на іспиті	5
2.1	Вміти добирати факти, шукати інформацію, аналізувати отримані дані в контексті відповідної теми та відповідного ЗМІ (друкованого та електронного) , застосовувати теоретичні знання на практиці.	Практичні заняття, самостійна робота	Підготовка власних інформаційних продуктів	15
2.2	Вміти готувати журналістські матеріали різних інформаційних жанрів для друкованої періодики та електронних ЗМІ, працювати над закріпленням мовних правил.	Практичні заняття, самостійна робота	Підготовка власних інформаційних продуктів	35
3.1	Демонструвати результати своєї роботи: планування, підготовка публікацій, вичитування, редагування.	Практичні заняття, самостійна робота	Метод проєктів	5
4.1	Автономність і відповідальність. Критично опрацьовувати поставлені завдання та цілі, вміти пояснити шляхи їх виконання та створити плани роботи.	Практичні заняття, самостійна робота	Метод проєктів	5
	Разом:			100

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

Програмні результати навчання з дисципліни «Медіавиробництво: продукт» згідно з матрицею 5 (РН) відповідають пунктам ПР02, ПР20(ЖСК)1, ПР20(ЖСК)2, ПР20(ЖСК)3, ПР20(ЖСК)4, ПР20(ЖСК)5, ПР20(ЖСК)6, ПР20(ЖСК)7, ПР20(ЖСК)8, ПР20(ЖСК)9, ПР20(ЖСК)10, ПР20(ЖСК)11, ПР20(ЖСК)12, ПР20(ЖСК)13.

7. Схема формування оцінки.

7.1 Форми оцінювання студентів:

Семестрову кількість балів формують бали, отримані студентом у процесі засвоєння матеріалу та виконання самостійних робіт.

У I семестрі оцінювання проходить за трьома модулями: ЗМ-1, ЗМ-2, ЗМ-3.

При простому підрахунку маємо:

	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3	Іспит	Підсумкова оцінка
Мінімум	16	16	4	24	60
Максимум	25	25	10	40	100

Оцінювання за модулями.

ЗМ-1, ЗМ-2. Теоретичні знання студентів РН 1.1, 1.2, та 1.3 оцінюються за відповідями на лабораторних заняттях. Одна відповідь може бути оцінена в розмірі 0-2 бали, доповнення чи участь в обговоренні — в розмірі 0 — 0,5 бала. При цьому студент може набрати за цей вид оцінювання максимально 36 балів — 18 за перший модуль і 18 — за другий.

Практичні навички, здобуті студентами в рамках курсу (РН 2.1, 2.2 та 3.1) оцінюються на практичних заняттях як сума балів за уміння вибирати тему для власних публікацій, самостійність, грамотність у викладі текстового матеріалу (в межах від 1 до 5 балів).

Також передбачено дві контрольних роботи щодо репрезентації отриманих знань щодо інформаційних жанрів та побудови матеріалів кожного з жанрів (5 балів), методів збору інформації, специфіки роботи редакції періодичного друкованого видання. Таким чином, за цією формою оцінювання студент може набрати мінімум балів (по 18 за кожен модуль, разом 36) та максимум (по 30 балів за кожен модуль, максимум 60).

Кожний студент на практичних заняттях має підготувати, як правило, не менше від 4 до 8 навчальних матеріалів.

ЗМ-3. Практичні навички щодо використання української мови в рамках курсу (РН 2.1 та 3.1) оцінюються на практичних заняттях викладачами кафедри мови та стилістики на предмет знань правопису в контексті його останніх змін (згідно постанови Кабінету Міністрів України від 22.05.2019 р., №437, затверджена нова редакція «Українського правопису»), а також стилю, вживання певної термінології тощо. Максимальна кількість балів, яку в цілому може заробити студент, – 10, мінімальна – 4.

- підсумкове оцінювання (у формі екзамену):

Екзамен складається з відповідей на поставлені запитання (тест, контрольне семестрове опитування), за необхідності – й виконання практичного завдання, а саме: підготовки навчального матеріалу зазначеного викладачем жанру, за наданим викладачем фактажем. Максимальна кількість балів: 40, порогова – 24.

При цьому: максимальна кількість балів за тест, контрольне семестрове опитування – 20 балів, за написання навчального матеріалу за заданим фактажем – 20 балів (разом 40); варіант усного/письмового іспиту – 40 балів.

- умови допуску до підсумкового екзамену:

Для допуску до екзамену студенту необхідно набрати не менше 36 балів за семестр, із них: ЗМ1 — 16 балів, ЗМ-2 — 16 балів, ЗМ3 – 4 бали, взяти участь у роботі над власними медійними продуктами, що репрезентують інформаційні жанри друкованої періодики. У випадку, якщо студент не працював над власним доробком, він має представити викладачеві не пізніше, ніж за три дні до початку сесії індивідуальний навчальний проєкт, де будуть підготовлені його роботи в інформаційних жанрах відповідно до тем, що вивчалися, (не менше 8-и робіт). Якщо такого проєкту не буде чи він буде виконаний не належним чином (помилки, невідповідність до жанрових вимог, запозичення із сторонніх текстів (плагіат), допуск до іспиту студент/ка не отримує.

- самостійна робота:

підготувати тексти журналістських матеріалів;
самостійно добирати теми для власних матеріалів.

7.2 Організація оцінювання:

Назва роботи	Опис роботи	Термін виконання завдання
Теоретична частина (РН 1.1.-1.5.)	А)Проведення практичних занять відповідно до прослуханої тематики лекцій, підготовка тематичних повідомлень, відповіді на запитання, письмові роботи у формі запитань-відповідей. Б) Проведення практичних занять у галузі теле- та радіопрограм.	З 18 вересня до 10 грудня З 1 лютого до 15 травня
Робота над заміткою та репортажем (РН 2.1.-2.2., 3.1., 4.1.)	А) Підготовка до написання замітки. Робота з фактами. Підготовка до написання репортажу. Робота над вибором теми, наявними фактами, динамікою розповіді, особливостями використання деталей, діалогів, коротких коментарів. Б) Робота над репортажними матеріалами на радіо, телебаченні	До 30 жовтня З 1 лютого до 15 травня
Робота над репортажем (РН 2.3.-2.4.)	Підготовка до написання інтерв'ю. Вибір об'єкта інтерв'ю. Робота над запитаннями. Види інтерв'ю. Робта над інтерв'ю на радіо та телебаченні.	До 30 листопада
Робота над звітом (РН 2.3.-2.4.)	Осмилення жанру «звіт», особливості його використання. Написання звіту з події. Робота над мовним аспектом власних медійних продуктів	До 10 грудня З 15 листопада
Іспит: Результати отриманих знань в теоретичному аспекті та практичній підготовці матеріалів інформаційних жанрів Тест (контрольне семестрове опитування), творча робота	Робота над власним медійним продуктом щодо демонстрації практичних умінь та навичок курсу. Письмові відповіді на тест (контрольне семестрове опитування), письмова творча робота.	Грудень

У II семестрі оцінювання проходить за шістьма модулями.

Під час вивчення Змістового модулю кафедри **реклами та зв'язків з громадськістю** студенти аналізують рекламну та піар-комунікацію обраних ними брендів/ продуктів/ організацій (специфіка обраних продуктів визначається для кожної освітньої програми), визначають цільову аудиторію комунікації та основні повідомлення. Після цього вони (1) визначають проблему, яка заважає бренду бути більш привабливим для споживачів, (2) визначають, як за допомогою комунікації можна вирішити цю проблему, та (3) пропонують комунікаційні рішення (рекламні та піар-продукти). Результати роботи студенти представляють у вигляді презентації, за яку можуть одержати щонайбільше 5 балів (необхідний мінімум – 2 бали).

Під час вивчення Змістового модулю **кафедри мови та стилістики** практичні заняття мають на меті виробити в студентів правильне дихання шляхом комплексу вправ для тренування фонаційного дихання, правильної постави, мовного апарату. Студенти набувають навичок смислового інтонування тексту, інтонаційно-мелодійного увиразнення усного мовлення. Також передбачене ознайомлення з текстовими категоріями, специфікою журналістського тексту в системі комунікації, аналіз тексту за структурами.

Під час вивчення Змістового модулю **кафедри періодичної преси** практичні заняття зорієнтовані на виготовлення власного медійного продукту у кожній академічній групі на різноманітну тематику. Студенти самі обирають редколегію, розподіляють завдання, вибирають керівні органи редакції газети/журналу, розробляють тематику кожної шпальти, визначають фотоілюстрації, під керівництвом викладача розробляють дизайн видання (сітвовий графік) тощо.

Під час вивчення Змістового модулю **кафедри видавничої справи** передбачається опанувати підходи в медіа редагуванні, зокрема, особливості редагування новинних та аналітичних матеріалів, проведення аналізу помилок, а також редакторський практикум:

редагування новинних текстів (за жанрами); редагування аналітичних текстів; редагування текстів на радіо, телебаченні, в нових медіа; редагування перекладних текстів.

Під час вивчення Змістового модулю **кафедри телебачення та радіомовлення** передбачається вироблення навичок створення текстів для ефіру, знайомство із методами роботи теле- та радіожурналіста.

Під час вивчення Змістового модулю **кафедри мультимедійних технологій та медіа-дизайну** передбачається засвоєння навичок верстки періодичного друкованого видання, опанування сучасних програм верстки та обробітку тексту.

Форми оцінювання студентів у II семестрі:

Семестрову кількість балів формують бали, отримані студентом у процесі засвоєння матеріалу та виконання самостійних робіт.

У II семестрі оцінювання проходить за шістьма модулями: **ЗМ - 4, ЗМ - 5, ЗМ – 6 -7, ЗМ - 8, ЗМ - 9.**

Оцінювання за модулями.

ЗМ - 4. Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю. Одна відповідь може бути оцінена в розмірі 0–2 бали, доповнення чи участь в обговоренні – від 0 до 0,5 бала. При цьому студент може набрати за цей вид оцінювання максимально 5 балів у процесі роботи на практичних заняттях та під час самостійної роботи.

ЗМ - 5. Кафедра мови та стилістики. Одна відповідь / робота /презентація може бути оцінена в розмірі 1 – 2 бали. При цьому студент може набрати за цей вид оцінювання максимально 10 балів на практичних заняттях та під час самостійної роботи.

ЗМ – 6 -7. Кафедра періодичної преси. Специфіка роботи на практичних заняттях та під час самостійної роботи полягає у підготовці текстів до навчального періодичного друкованого видання (газети/журналу) на обрану студентами тематику. Затверджуються відповідальні за роботу умовні працівники видання: головний редактор, головний

дизайнер, коректори, кореспонденти, верстальники та ін. Кожна умовна посадова одиниця отримує перелік своїх обов'язків і відповідне оцінювання за роботу: від 1 до 10 балів.

Практичні навички, здобуті студентами в рамках курсу (РН 2.1, 2.2 та 3.1) оцінюються на практичних заняттях як сума балів за уміння вибирати тему для власних публікацій, самостійність, грамотність у викладі текстового матеріалу (в межах від 1 до 5 балів). Максимальна кількість балів, які студент може набрати протягом семестру під егідою кафедри періодичної преси – 10 балів.

Кафедра телебачення та радіомовлення. Робота над створенням теле- та радіо продукту – інформаційних повідомлень для ефірів. Практичні навички, здобуті студентами в рамках курсу (РН 2.1, 2.2 та 3.1) оцінюються на практичних заняттях як сума балів за уміння вибирати тему для власних повідомлень, самостійність, грамотність у створенні теле- чи радіотвору (в межах від 1 до 5 балів). Максимальна кількість балів, які студент може набрати протягом семестру під егідою кафедри телебачення та радіомовлення – 15 балів.

ЗМ- 8. Кафедра мультимедійних технологій та медіа дизайну. Робота над версткою текстів та виготовленням періодичного друкованого видання. Мінімальна кількість балів – 1. Максимальна кількість балів, які студент має отримати під час семестру, – 15. Результати роботи студенти подають у вигляді зверстаних сторінок, а також видання в цілому.

ЗМ - 9. Кафедра видавничої справи. У процесі опанування сучасних підходів у медіа щодо редагування текстів під час практичних занять та самостійної роботи студенти проходять мінімальний редакторський практикум, редагуючи власні матеріали для свого ж періодичного друкованого видання (газети/журналу). Результати роботи студенти представляють у вигляді опрацьованих текстів, аналізу помилок, за яку можуть одержати щонайбільше 5 балів (необхідний мінімум – 2 бали).

Підсумкове оцінювання (у формі екзамену проводиться кафедрами телебачення й радіомовлення, мультимедійних технологій та медіадизайну):

Екзамен складається з відповідей на поставлені запитання (тест, контрольне семестрове опитування), за необхідності – й виконання практичного завдання, а саме: підготовки навчального матеріалу зазначеного викладачем жанру, творчої роботи, з обумовленими викладачем вимогами до неї. Максимальна кількість балів: 40, порогова – 24.

При цьому: максимальна кількість балів за тест/ контрольне семестрове опитування – 40 балів /написання навчального матеріалу / підготовку творчої роботи – 40 балів; варіант усно-письмового іспиту – 40 балів.

Умови допуску до підсумкового екзамену:

Для допуску до екзамену студенту необхідно набрати не менше 36 балів за семестр, із них: ЗМ-4 – 3 бали, ЗМ-5 – 7 балів, ЗМ-6-7 – 15 балів (по 7 та 8 балів відповідно), ЗМ-8 – 8 балів, ЗМ-9 – 3 бали.

Якщо студент не набирає зазначеної кількості балів, до іспиту не допускається.

7.3 Шкала відповідності оцінок:

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59
Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план практичних занять.

№ Тем и	Назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
1 семестр				
Змістовий модуль 1. Інформаційні жанри в друкованих та електронних ЗМІ				
1.	Замітка – інформаційний жанр.	2	4	4
2.	Репортаж як жанр, види	2	4	4
3.	Інтерв'ю: жанр та метод збору інформації	2	4	4
4.	Звіт, особливість	2	4	4
Змістовий модуль 2. Практика підготовки навчальних публікацій інформаційних жанрів та видань (передач)				
1.	Методи збору інформації	2	4	2
2.	Журналістська тема й журналістське завдання	4	4	4
Змістовий модуль 3. Мовна практика роботи над власними медійними продуктами				
1.	Аналіз мовного аспекту власних матеріалів щодо дотримання правил правопису, використання термінів, робота над стилем.		6	24
	Усього	14	30	46
2 семестр				
Змістовий модуль 4. Аналіз рекламної та піар-комунікації				
1.	Основи рекламної та піар-комунікації	2		
2.	Аналіз комунікації визначених брендів		6	8
3.	Розробка комунікаційних продуктів		6	8
Змістовий модуль 5. Постановка голосу. Теорія твору.				
1	Вироблення правильного дихання (вправи на дихання). Тренування мовного апарату: скоромовки, довгомовки, читання текстів зі складними для вимови словами, числівниками. Інтонування текстів. Виразне нормативне читання непідготовленого тексту.		8	10
2	Текстові категорії. Журналістський текст у системі комунікації. Структури журналістського тексту. Типологічна структура. Тематична структура. Фактологічна структура. Композиційна структура. Архітектонічна структура. Логіко-поняттєва структура. Емоційно-експресивна структура. Інформаційна структура. Комунікативна структура.		8	10
	Змістовий модуль 7. Створення медійного продукту – газети, журналу; створення радіо- та телепродукту			

1	Вироблення стратегії створення медійного продукту «під ключ» - газети/ журналу: тематика, контент, ілюстрування, дизайн.		22	34
	Змістовий модуль 8. Основи медіадизайну.			
1	Знайомство із програмами верстки медійних продуктів.		10	8
2	Апробація програм верстки під час створення газети/журналу.		10	8
	Змістовий модуль 9. Основи редагування текстів.			
1	Загальні засади редагування в медіа виробництві (цілі, принципи, прийоми, підходи в медіаредагуванні. Особливості редагування новинних й аналітичних матеріалів. Самоорганізування, фахова культура й мовна підготовка редактора. Системні редакторські помилки.	2	6	4
2	Редакторський практикум: редагування новинних текстів (за жанрами); редагування аналітичних текстів; редагування текстів на радіо, телебаченні, в нових медіа; редагування перекладених текстів.		6	4
Змістовий модуль 10. Створення тематичного аудіовізуального медіапродукту: культура, політика, право, економіка, соціальні питання, екологія				
1	Культура і медіа.		16	14
2	Економічні питання у ЗМІ.		16	14
Змістовий модуль 10. Основи екології. Створення тематичного аудіовізуального медіапродукту				
1	Основи екології. Загальна теорія систем і системний підхід в екології. Методологія й методи екологічних досліджень. Екологічна ніша – центральне поняття екології.	4		4
2	Екосистема як основний об'єкт вивчення сучасної екології. Біосфера як найбільша екосистема планети.	2		4
3	Поняття про природні ресурси, загальні принципи їх охорони, збереження та відтворення	2		3
4	Екологічні проблеми атмосфери та принципи охорони повітряного середовища, водного середовища, геологічного середовища.	2		3
5	Відображення екологічних питань і проблем у аудіовізуальних медіа		22	14
	Усього	14	136	150

Загальний обсяг у двох семестрах: 390 год., у тому числі:

Лекційні заняття — 28 год.

Практичні заняття — 166 год.

9. Рекомендовані джерела:

Основна

1. Бабич Н. Д. Основи культури мовлення / Н.Д.Бабич. Львів, 1990.
2. Білявський Г.О. Бутченко Л.І.Екологія (теорія та практикум). — К.: Лібра, 2006.- 368с.
3. Гриб В.П. Постановка мовного голосу. Луцьк, 2001.
4. Єлісєвич Ю. Ораторське мистецтво: Постановка голосу й мовлення. Навчальний посібник. Київ, 2008.
5. Журналістський фах : газетно-журнальне виробництво : навчальний посібник / Т. О. 2. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін.; за ред. В. В. Різуна. — 2-ге вид., перероб. і допов. — К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. — 352 с.
6. Журналістика. Словник-довідник : авт.-укл. І.Л.Михайлин. — К.: «Академвидав», 2013. — 320 с.
7. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості / В.Здоровега. — Л. : ПАІС, 2000. — 180 с.
8. Здоровега В. Й. У майстерні публіциста. Проблеми теорії, психології, публіцистичної майстерності / В. Здоровега. — Л., 1969. — 179 с.
9. Ів Аньєс. Підручник із журналістики / Аньєс Ів. — К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2013. — 544 с.
10. Каппон Рене Дж. Наставлення журналістам Ассошіейтед Пресс: Професійний порадник / Рене Каппон / Пер. з англ. А. Іщенко. — К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія». — 2005. — 125 с.
11. Кобинець А.В. Газета – соціотворча структура й підприємство: навч. посіб. / А. В. Кобинець. — Запоріжжя : КПУ, 2011. — 264 с.
12. Мелешенко, О. К. Журналістикознавчі уявлення про світовий і національний інформаційний простір, його безпеку : вступна стаття, матеріали до бібліографії (українськомовні та російськомовні джерела) / О. К. Мелешенко / Київський національний університет ім. Т. Шевченка, Інститут журналістики. — К. : Задруга, 2006. — 120 с.
13. Михайленко В.М. Теорія твору й тексту. К., 2013.
14. Моисеев В. А. Журналистика и журналисты / В. Моисеев. — К. : Дакор., 2002. — 400 с.
15. Москаленко А. Вступ до журналістики : Підручник. — К.: Школяр, 1997. — 300 с.
16. Moriarty S., Mitchel N., Wood C., Wells W. Advertising and IMC: principles and practice. 11th ed. 2018. 672 с.
17. Москаленко А. З. Теорія журналістики : Навч. посібник / Анатолій Москаленко. — К. : Екс. об., 2002. — 334 с.
18. Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики. Практичний посібник. — К. : Україна молода, 2010. — 120 с.
19. Овчинникова О. П'ять кроків до гарного мовлення. Мовленнєва комунікація: техніка мовлення. Одеса, 1997.
20. Різун В.В., Мамалига А.І., Феллер М.Д. Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації. К., 1998.
21. Різун В.В.Літературне редагування. К., 1996.
22. Рус-Моль Ш. Журналістика: Посібник / Пер. з нім. В. Климченко, В. Олійник; наук. редак. В. Іванов. — К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. — 343 с.

23. Плющ Н., Бондаренко В. Сучасна українська мова. Орфоепія: навчальний посібник. Київ, 2007.
24. Прилюк Д. М. Теорія і практика журналістської творчості. Проблеми майстерності / Д. Прилюк. — К. : «Вища школа», 1983. — 280 с.
25. Радчик Р.В. Журналістський фах: інформаційні жанри : нав. посіб. / Р.В. Радчик. — К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. — 272 с.
26. Сучасна агенційна журналістика: довідкове видання для студентів Інституту журналістики / за заг. ред. В.В.Різуна; упоряд. В.Я.Миронченко. — К.: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2010. — 148 с.
27. Сербенська О. А. Культура усного мовлення. Практикум: навчальний посібник. Київ, 2004.
28. Тоцька Н. І. Сучасна українська мова. Фонетика. Орфоепія. Графіка. Орфографія: посібник. Київ, 1995.

Додаткова

1. Digital Out of Home (DOOH) та відеореклама. Які формати важливі? URL: <https://blog.tracklam.com/digital-out-of-home-doooh-ta-video-reklama-yaki-factory-vazhlyvi/>
2. Види інтернет-реклами, приклади, та її особливості. URL: <https://webexpert.com.ua/ua/vidi-internet-reklami>
3. Креативний бриф. URL: <https://sostav.ua/publication/kreativnij-brif-83983.html>
4. Реклама в ТРЦ. URL: <https://yadro.co.ua/service/shopping-mall-advertising>
5. Хто такий піар менеджер. URL: <https://bazilik.media/khto-takyj-prmenedzher/>
6. Що таке постпродакшн URL: <https://edpit.org/uk/blog-uk/shho-take-postprodakshn/>
7. Що таке рекламний ролик. URL: <https://edpit.org/uk/blog-uk/shho-take-reklamnij-rolik/>
8. Як визначити цільову аудиторію. URL: <https://ideadigital.agency/blog/yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu/>
9. Як і чому подкасти стали ефективним способом комунікації. URL: <https://bazilik.media/iak-i-chomu-podkasty-staly-efektyvnym-sposobom-komunikatsii/>
10. Як працює зовнішня реклама. URL: <https://www.prime-group.com.ua/yak-pratsyuje-zovnishnya-reklama>.