

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
Навчально-науковий інститут журналістики
Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник директора
з навчально-виховної роботи
Віталій КОРНССВ
2022 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Краудсорсинг у професійній діяльності журналіста
для студентів

БД 2-3

галузь знань	06 "Журналістика"
спеціальність	061 "Журналістика"
освітній рівень	другий (магістерський)
освітня програма	Цифрові медіа
вид дисципліни	вибору студента

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2022/2023
Семестр	3
Кількість кредитів ECTS	4
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	екзамен

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р.

КИЇВ – 2022

Розробники:

Наталія ІЩУК, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну

Альона РОМАНЮК, викладач кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну

ЗАТВЕРДЖЕНО

Завідувач кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну

 (Вікторія ШЕВЧЕНКО)

Протокол № 13 від «3» червня 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту журналістики

Протокол від «29» серпня 2022 року №1

Голова науково-методичної ради  (Анастасія ВОЛОБУЄВА)

«29» серпня 2022 року

© Романюк А.О., 2022.

© Іщук Н.М., 2022.

1. Мета дисципліни – освоєння студентом комплексу теоретичних знань і практичних умінь та навичок із використання краудсорсингових технологій (на прикладі різних проектів) у мас-медійній галузі.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

1. Знати: актуальні тренди в галузі мас-медій; технології втілення інтернет-проектів.
2. Вміти: втілювати мережеві інформаційні проекти, починаючи від концепції до реалізації, його підтримки та просування; аналізувати ринок мас-медій; креативно мислити.

3. Анотація навчальної дисципліни

При вивченні дисципліни студенти опановують мистецтво передачі певних виробничих функцій у діяльності цифрових медіа невизначеному колу осіб. Вивчаються важливі особливості краудсорсингу, його принципи та методики. У рамках дисципліни розглядаються приклади найуспішніших краудсорсингових проектів в Україні та світі. Студенти знайомляться з перевагами та недоліками використання краудсорсингу в професійній діяльності журналіста, межами його застосування, різновидами, технологією синтелектуального краудсорсингу. Під керівництвом викладача студенти запускають груповий краудсорсинговий проект у сфері цифрових медіа. Дисципліна вельми корисна для реалізації магістерських інноваційних проектів у галузі цифрових медіа.

4. Завдання (навчальні цілі):

- навчити студентів специфіці роботи з краудсорсинговими проектами, їх можливостями під час професійної діяльності;
- надати студентам практичні навички в реалізації реального краудсорсингового проекту;
- допомогти студентам опанувати прийоми та методики інноваційного маркетингу у площині мережевої комунікації, зокрема мас-медійної галузі.

Дисципліна спрямована на формування наступних програмних компетентностей:

Загальні компетенції відповідно до ОПШ, що реалізуються при вивченні дисципліни

- ЗК-1.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК-3.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК-7.** Здатність розробляти проекти та управляти ними.
- ЗК-8.** Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

Фахові компетенції відповідно до ОПШ, що реалізуються при вивченні дисципліни

ФК-1. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з соціальних комунікацій, набуті у процесі навчання або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень в інноваційній діяльності або дослідницькій роботі при виготовленні мультимедійного/інтерактивного контенту для цифрових медіа.

ФК-4. Здатність проводити дослідницьку або інноваційну діяльність у галузі соціальних комунікацій для планування роботи цифрових медіа та досягнення стратегічних цілей з охоплення широкої аудиторії.

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	Відсоток у підсумк овій оцінці
Ко д	Результат навчання			
1.1	Знати: - поняттєвий апарат дисципліни; - поведінку та вимоги інтернет-аудиторії; - сутність масової та транзактної комунікації; - партисипативні моделі мережевої взаємодії; - моделі краудсорсингової комунікації; - шляхи заощадження у підготовці контенту/проекту мережевого медіа.	Лекції	відповіді на аудиторних заняттях, екзаменаційний тест, 60% правильних відповідей	40%
2.1	Вміти: - застосовувати краудсорсингові інструменти факт-чекінгу та верифікації контенту; - аналізувати реалізовані краудсорсингові проекти на предмет переваг і недоліків; - розробляти та втілювати концепції актуальних краудсорсингових проектів.	семінарське заняття	Проектний метод	40%
3.1	Комунікація: на основі вивченого підготувати груповий краудсорсинговий проект	практичне завдання до екзамену	Проектний метод	10%
4.1	Самостійно критично опрацьовувати матеріал у вигляді презентацій, текстів лекцій та вебінарів, розробляти власний проект.	семінарське заняття, самостійна робота	Усна відповідь, проектна робота	10 %

Разом:				100%
--------	--	--	--	------

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання (необов'язково для вибіркових дисциплін які не входять до блоків спеціалізації)

Результати навчання дисципліни (код) Програмні результати навчання (назва)	1.1	2.1	3.1	4.1
ПРН-1. Аналізувати та узагальнювати результати досліджень і робити висновки про закономірності функціонування медійного продукту у цифровому середовищі.	+		+	+
ПРН-5. Використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької та/або інноваційної роботи для залучення якомога більшої аудиторії до власних проєктів, у тому числі, для залучення іноземних інвестицій для реалізації стартапів у сфері цифрових медіа.		+		+
ПРН-7. Планувати час на проведення досліджень чи розробку інноваційного проєкту використовуючи сучасні гнучкі методики управління проєктами у цифровому середовищі.				+
ПРН-8. Показувати проблемні питання у діяльності сучасних медіаорганізацій, що неповною мірою або неправильно використовують мультимедійні/інтерактивні технології у цифровому середовищі.		+	+	+
ПРН-10. Застосовувати спеціалізовані концептуальні новітні знання з соціальних комунікацій при плануванні наукової роботи чи розробки інноваційного проєкту, що реалізуються в середовищі цифрових медіа та послуговуються мультимедійними/інтерактивними технологіями.		+		+
ПРН- 17. Робити самоаналіз у вигляді звіту про свою наукову та/або впроваджувальну діяльність у галузі цифрових медіа.				+

7. Схема формування оцінки.

7.1 Форми оцінювання студентів:

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема оцінювання теоретичної підготовки – результати навчання (знання 1.1), що складає 40% від загальної оцінки й оцінювання практичної підготовки – результати навчання (вміння 2.1); (комунікація 3.1); (автономність та відповідальність 4.1), що складає 60% загальної оцінки.

Теоретична підготовка студентів оцінюється на лекційних і семінарських заняттях у вигляді усних опитувань та під час тесту на екзамені.

Практична підготовка оцінюється на заняттях у вигляді виконаних завдань та завдань самостійної роботи.

Семестрове оцінювання:

Протягом семестру оцінюються такі види робіт:

- модульні контрольні роботи — 10/6;
- відповіді на семінарських заняттях та лекціях 22/12;
- самостійна робота — 24/16.

Максимум за семестр студент може набрати 60 балів (семестрова і самостійна робота). Необхідний мінімум для допуску до іспиту – 36 балів. Критично-розрахунковий мінімум — 24 бали.

- підсумкове оцінювання (у формі комплексного екзамену):

- форма оцінювання – комплексна: письмова частина – 10 балів, і презентаційна – 30 балів;
- максимальна кількість балів, які можуть бути отримані студентом – 40 балів за 100-бальною шкалою;
- форма проведення: письмовий тест (10 балів/6 балів) і попередня підготовка групового проекту з краудсорсингу (30 балів/15 балів);
- для отримання загальної позитивної оцінки з дисципліни оцінка за екзамен не може бути меншою 24 балів;
- студент не допускається до екзамену, якщо під час семестру набрав менше ніж критично-розрахунковий мінімум.

7.2 Організація оцінювання:

Семестрове оцінювання здійснює викладач під час практичних занять після публічного обговорення результатів роботи студентів або груп. Підсумкове оцінювання здійснюється шляхом написання кожним студентом письмового тесту, а також шляхом групової презентації краудсорсингового проекту.

Види та критерії оцінювання:

	ЗМ1		ЗМ2	
	Min 20	Max 30	Min 20	Max 30
Оцінювання на лекціях	4	6	4	6
Оцінювання на семінарських заняттях	4	6	4	6
Модульні контрольні роботи	3	6	3	6
Оцінювання самостійної роботи	9	12	8	12

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 лекцій і практичних занять

№ п/п	Назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Семінар. заняття	Сам. робота
<i>Змістовий модуль 1. Теоретичні засади краудсорсингу</i>				
1	Краудфандинг, аутсорсинг, краудсорсинг: спільне та відмінне	2		
2	Краудсорсинг як результат транзактної комунікації	4	2	5
3	Моделі краудсорсингу	2		15
4	Краудсорсинг як інноваційна маркетингова технологія	2	2	5
5	Краудсорсинговий рекрутинг	2	2	5
<i>Змістовий модуль 2. Краудсорсинг на практиці</i>				
6	Комерційний та державний краудсорсинг	2	2	5
7	Фактчекінг та верифікація засобами краудсорсингу	2	2	10
8	Краудсорсингові фотобанки	2	2	10
9	Краудсорсинг у повсякденній журналістській діяльності	2	2	5
10	Концепції бізнес-проектів з краудсорсингу	2		10
11	Веб-розробка і краудсорсинг	2		10
	ВСЬОГО	24	14	80

Загальний обсяг 120 год., в тому числі:

Лекції – **24 год.**

Семінарські - **14 год.**

Консультації – **2 год.**

Самостійна робота – **80 год.**

9. Рекомендовані джерела:

Основна:

1. Qing Wang, Zhenyu Chen, Junjie Wang, Yang Feng Intelligent Crowdsourced Testing. – Springer Singapore, 2021.
2. Carmen Bueno Muñoz, Luis R Murillo Zamorano, José Ángel López Sánchez Crowdsourcing during COVID-19. – Routledge, 2022.
3. Emanuele Musa Crowdsourcing Social Innovation: Towards a Collaborative Social Capitalism. – Babele, Romania, 2019
4. Brabham Daren C. Crowdsourcing. – Cambridge: The MIT Press. – 138 p.
5. Paul Sloane A Guide to Open Innovation and Crowdsourcing: Expert tips and advice, Philadelphia, 2011. – 220 p.
6. Jean-Fabrice Lebraty, Lobre-Lebraty Katia Crowdsourcing: One Step Beyond, 2013.
7. David Alan Grier Crowdsourcing For Dummies. – Glasgow: Bell & Bain Ltd.

Додаткова:

8. Біллі Олет 24 кроки до успішного стартапу. Дисципліноване підприємництво. Книголав, 2019.
9. William D. Eggers, Paul Macmillan The Solution Revolution: How Business, Government, and Social Enterprises Are Teaming Up to Solve Society's Toughest Problems. – Harvard Business Review Press, 2013
10. Peter Ryder, Shaun Abrahamson, Bastian Unterberg Crowdstorm: The Future of Innovation, Ideas, and Problem Solving. – Wiley, 2013.
11. Авінаш К. Діксіт, Баррі Дж. Нейлбафф Мистецтво стратегії. Путівник до успіху в житті та бізнесі від експертів теорії гри. – Видавництво Старого Лева, 2019.
12. Lior Zoref. Mindsharing: The Art of Crowdsourcing Everything. – Portfolio, 2015.
13. The Art of Startup Fundraising. – Wiley, 2016.