

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
Навчально-науковий інститут журналістики
Кафедра історії журналістики



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник директора
Навчально-виховної роботи
проф. Віталій КОРНЄЄВ
« 08 » 2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Бізнес-журналістика: медіапродукт

для студентів

галузь знань	06 «Журналістика»
спеціальність	061 «Журналістика»
освітній рівень	перший, бакалавр
освітньо-професійна програма	журналістика та соціальна комунікація
вид дисципліни	вибіркова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2022/2023
Семестр	6
Кількість кредитів ECTS	10
Мова викладання	українська
Форма заключного контролю	іспит

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» _____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)


на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» _____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ – 2022

Розробник: Наталія ЖЕЛІХОВСЬКА, кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент, завідувач кафедри історії журналістики

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри історії журналістики

 (Наталія ЖЕЛІХОВСЬКА)
Протокол № 12 від «30» червня 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту журналістики

Протокол від «29» серпня 2022 року № 1

Голова науково-методичної комісії  (Анастасія ВОЛОБУЄВА)

1. Мета дисципліни: надати комплексні теоретико-практичні знання щодо специфіки підготовки і створення професійного журналістського продукту у межах ділової тематики. Дисципліна формує уявлення про те, якими методами і засобами професійна журналістика відображає економічну сферу життя суспільства. Надає теоретичні знання щодо специфіки висвітлення ділового тематичного напрямку. Забезпечує практичними навичками для створення різножанрового інформаційного медіапродукту у межах спеціалізованої професійної галузі.

2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни:

- знати поняттєвий апарат економічної галузі;
- функції та принципи галузевої журналістики з бізнес-тематики;
- спеціалізовані галузеві медіа та галузеві рубрики/відділи у неспеціалізованих медіа, а також сучасних галузевих експертів з бізнес-тематики;
- творчо-професійні вимоги щодо галузевих журналістів з бізнес-тематики;
- розрізняти якісний професійний продукт галузевої журналістики з бізнес-тематики
- навички творення журналістських текстів різних жанрів для підготовки медіапродукту з економічної тематики.

3. Анотація навчальної дисципліни. Дисципліна «Бізнес-журналістика: медіапродукт» надає комплекс знань і умінь для підготовки і створення тематичного медіапродукту. Дисципліна сприяє тому, щоб студенти отримали професійні навички для здійсненні подальшої професійної реалізації у галузі журналістики. Створює підґрунтя для здійснення максимальної професійної реалізації студента під час створення медіапродукту з економічної тематики.

4. Завдання (навчальні цілі):

Знати:

- процес створення аналітичних і художньо-публіцистичних медіапродуктів відповідно до жанрів і каналів поширення;
- основні способи взаємодії з аудиторією певних типів медіа;
- особливості підготовки відеоконтенту;
- творчо-професійні вимоги щодо галузевих журналістів з бізнес-тематики;

Вміти:

- комунікувати із галузевими експертами на актуальні теми й проблеми економічної галузі;
- обирати актуальну тему і героя матеріалу
- співпрацювати в команді відповідного типу медіа;
- створювати галузевий інформаційний продукт різних форматів.

Дисципліна спрямована на формування наступних програмних компетентностей:

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

ЗК 11. Здатність спілкуватися державною мовою.

СК08(ЖСК). Здатність формувати інформаційний контент у сфері економіки, права, культури та мистецтва, соціальних питань, міжнародних відносин та інших видів діяльності.

СК09(ЖСК). Здатність створювати медіапродукт у сфері відображення економічних, правових, політичних питань, питань культури та мистецтва, соціальних питань, питань міжнародних відносин та інших видів діяльності.

5. Результати навчання змістовної частини дисципліни:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи технології)	Методи оцінювання та пороговий критерій	Відсоток підсумковій оцінці дисципліни	у з
ВБ 1	Результат навчання	викладання навчання			

			оцінювання (за необхідності)	
1.1	Розуміти процес створення аналітичних і художньо-публіцистичних продуктів відповідно до жанрів і каналів поширення;	практичні, самостійна робота	усна відповідь, тест, контрольна	5
1.2	основні способи взаємодії з аудиторією певних типів медіа;	практичні, самостійна робота	усна відповідь, тест, контрольна	5
1.3	Особливості підготовки відеоконтенту	практичні, самостійна робота	усна відповідь, тест, контрольна	5
1.4	Знати творчо-професійні вимоги щодо галузевих журналістів.	практичні, самостійна робота	усна відповідь, тест, контрольна	5
2	Вміти обирати актуальну тему і героя матеріалу; співпрацювати в команді	практичні, самостійна робота	усна доповідь, індивідуальна самостійна робота,	20
3	Вміти комунікувати із галузевими експертами на актуальні теми й проблеми галузі	практичні, самостійна робота	індивідуальна самостійна робота,	20
4	Самостійно створювати галузевий інформаційний продукт різних форматів	практичні, самостійна робота	індивідуальна самостійна робота	40
	<i>Разом</i>			<i>100%</i>

6. Співвідношення результатів навчання змістової частини дисципліни із програмними результатами

Результати навчання дисципліни	1.1	1.2	1.3	1.4	2	3	4
Програмні результати навчання							
ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.	+	+	+	+	+	+	+
ПР20(ЖСК) 1. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням спеціалізованих джерел інформації у сфері відображення економіки	+	+	+	+	+	+	+
ПР21(ЖСК). Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення у сфері відображення економічних видів діяльності.					+	+	+

7. Схема формування оцінки.

7.1.Форми оцінювання.

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема оцінювання теоретичної підготовки – результати навчання (знання 1.1 – 1.4), що складає 40% від загальної оцінки, та оцінювання практичної підготовки – результати навчання (вміння 2.1-2.2); (комунікація 3.1); (автономність та відповідальність 4.1-4.2), що складає 60% загальної оцінки.

Бали за семестрову роботу становлять, 60 балів максимум, семестр закінчується іспитом із максимальною кількістю у **40 балів**. Рекомендований мінімум – 36 балів, критично-розрахунковий мінімум – 20 балів.

За підсумками семестру студент може набрати максимально 100 балів.

- семестрове оцінювання:

Кількість балів під час навчального періоду формують бали, отримані здобувачем у процесі засвоєння матеріалу з усього навчального курсу. Загальна оцінка під час навчального періоду складаються із балів, отриманих за усні відповіді, участь у дискусіях, самостійну роботу і модульні контрольні роботи. Всі ці види робіт за семестр мають у підсумку:

Змістовий модуль 1. Текстовий медіапродукт

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
	Min	Max
Практичні роботи та завдання до самостійної роботи	5x3=15	5x5=25
Модульна контрольна робота (тест)	1x5=5	1x9
Загальні бали за період навчання	20	34

Змістовий модуль 2. Аудіовізуальний медіапродукт

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
	Min	Max
Практичні роботи та завдання до самостійної роботи	1x3 = 3	1x5 = 5
Модульна контрольна робота (тест)	1x6=6	1x10=10
Загальні бали за період навчання	9	15

Змістовий модуль 3. Медіадизайн

Роботи за період навчання	Кількість балів за період навчання	
	Min	Max
Практичні роботи та завдання до самостійної роботи	1x3 = 3	1x5 = 5

Модульна контрольна робота (тест)	1x4=4	1x6=6
Загальні бали за період навчання	7	11

- підсумкове оцінювання:

- форма оцінювання – іспит;
- максимальна кількість балів, які може отримати студент за семестр – 100 балів.

Підсумкова кількість балів з дисципліни (максимум 100 балів) визначається як сума балів за систематичну роботу протягом семестру з урахуванням модульних контрольних робіт – 60 балів і проведення іспиту у формі захисту проєкту (створення журналу) – 40 балів.

	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3	Екзамен	Підсумкова оцінка
Мінімум	20	9	7	24	60
Максимум	34	15	11	40	100

Для студентів, які набрали у семестрі сумарно меншу кількість балів, ніж критично-розрахунковий мінімум – 20 балів (рекомендований – 36 балів), для одержання допуску до іспиту пишуть підсумкову контрольну роботу (тест) з усіх модулів.

Якщо студент не з'явився на підсумковий контроль, у поточній рейтинговій відомості зазначається «не з'явився» та виставляється «0» балів за контрольну роботу. Студент, який з поважної причини пропустив ПКР, зобов'язаний надати відповідний документ, і викладач, за погодженням з дирекцією Навчально-наукового інституту журналістики, призначає нову дату проведення ПКР.

7.2. Організація оцінювання

Дисципліна поділена на 3 змістових модулі (частини). Кожен змістовий модуль включає в себе практичні заняття та самостійну роботу студентів.

Оцінювання успішності знань студентів здійснюється у формі семестрового оцінювання (практичні заняття, самостійна робота, модульні роботи) і підсумкової контрольної роботи, якщо студент не набрав необхідної кількості балів для допуску до іспиту (критично-розрахунковий мінімум – 20 балів).

Успішне виконання завдання – отримання за роботу не менше 60% від максимальної оцінки.

Усі семестрові роботи (практичні, самостійна робота) мають виконуватися вчасно, надсилатися на корпоративну пошту або в Google клас. На перевірку роботи викладачеві дається один робочий тиждень. Якщо студент з поважної причини пропустив заняття, то він має право його відпрацювати впродовж 14 календарних днів з моменту проведення заняття.

Змістовий модуль 1. Текстовий медіапродукт

Критерії оцінювання:

Усна відповідь і участь в дискусіях

Усна відповідь і участь в дискусіях на семінарах:

5 балів – студент відповідає на усі питання, передбачені планом практичного заняття, демонструє здібності інтерпретувати отримані знання відповідно до контексту, який

передбачає дисципліна, спрямована на формування програмних результатів;

4 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом заняття, демонструє розуміння і вміє пояснити отримані знання, застосовуючи аргументацію, відповідно до формування зазначених програмних результатів;

3 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом заняття, демонструє просте відтворення отриманих знань.

Після завершення Змістового модулю 1 проводиться модульна контрольна робота у вигляді тесту.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

а) відповідно до кількості правильних відповідей (кожна правильна відповідь дає 1 бал); максимальна кількість балів – 9;

в) робота виконана охайно, допускаються лише дві можливості зміни вже зазначеного варіанту (всі наступні «відновлення» вважаються помилкою);

г) модульна робота виконується впродовж зазначеного часу – не більше 20 хвилин.

Тест вважається зарахованим, якщо є 5 з 9 правильних відповідей.

Змістовий модуль 2. Аудіовізуальний медіапродукт

Критерії оцінювання:

Усна відповідь і участь в дискусіях на семінарах:

5 балів – студент відповідає на усі питання, передбачені планом практичного заняття, демонструє здібності інтерпретувати отримані знання відповідно до контексту, який передбачає дисципліна, спрямована на формування програмних результатів;

4 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом заняття, демонструє розуміння і вміє пояснити отримані знання, застосовуючи аргументацію, відповідно до формування зазначених програмних результатів;

3 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом заняття, демонструє просте відтворення отриманих знань.

Після завершення змістового модуля проводиться модульна контрольна робота у вигляді тесту.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

а) відповідно до кількості правильних відповідей (кожна правильна відповідь дає 1 бал) – максимальна кількість балів – 10;

б) робота виконана охайно, допускаються лише дві можливі зміни вже зазначеного варіанту (всі наступні «відновлення» вважаються помилкою);

в) модульна контрольна робота виконується впродовж зазначеного часу – не більше 20 хвилин.

Тест вважається зарахованим, якщо є 6 з 10 правильних відповідей.

Змістовий модуль 3. Медіадизайн

Критерії оцінювання:

Усна відповідь:

5 балів – студент відповідає на усі питання, передбачені планом практичного заняття, демонструє здібності інтерпретувати отримані знання відповідно до контексту, який передбачає дисципліна, спрямована на формування програмних результатів;

4 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом заняття, демонструє розуміння і вміє пояснити отримані знання, застосовуючи аргументацію, відповідно до формування зазначених програмних результатів;

3 бали – студент відповідає на більшу частину питань, передбачених планом практичного заняття, демонструє просте відтворення отриманих знань.

Після завершення змістового модуля проводиться модульна контрольна робота у вигляді тесту.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

а) відповідно до кількості правильних відповідей (кожна правильна відповідь дає 1 бал) – максимальна кількість балів – 6;

б) робота виконана охайно, допускаються лише дві можливі зміни вже зазначеного варіанту (всі наступні «відновлення» вважаються помилкою);

в) модульна контрольна робота виконується впродовж зазначеного часу – не більше 20 хвилин.

Тест вважається зарахованим, якщо є 4 з 6 правильних відповідей.

Критерії оцінювання екзаменаційної роботи:

Екзаменаційна робота складається з 2-х частин: виготовлення продукту та його захист (обґрунтування) на екзамені.

Критерії оцінювання продукту (журналу), всього 30 балів:

Концепція видання, назва - 5

Змістове наповнення - 10

Жанрова різноманітність - 5

Дизайн і візуальне оформлення продукту - 5

Грамотність, стиль тексту – 5

Захист продукту на екзамені (обґрунтування актуальності видання) – 10 балів.

Шкала відповідності оцінок:

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно з можливістю повторного складання / Fail	35-59
Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни / Fail	0-34

8. Структура навчальної дисципліни.

VI семестр. Тематичний план практичних занять і самостійної роботи

№ п/п	Назва лекції	Кількість годин		
		Лекції	Практичні	Самостійна робота
<i>Змістовий модуль 1. Текстовий медіапродукт</i>				
1.	Специфіка підготовки текстів різних жанрів Організація роботи редакції	0	28	40
2.	Практика підготовки текстів різних жанрів, створення журналу	0	68	104
	Усього	0	96	144
<i>Змістовий модуль 2. Аудіовізуальний медіапродукт</i>				
1.	Специфіка підготовки відеопроductів різних жанрів	0	6	
2.	Практика підготовки навчальних відеопроductів різних жанрів	0	8	16
	Усього	0	14	16

Змістовий модуль 3. Медіадизайн				
1.	Основи медіадизайну	0	6	
2.	Створення спільного медійного продукту і його презентація	0	8	16
	Усього	0	14	16

Загальний обсяг **300** год., в тому числі:
 практичних – **124** год.
 самостійної роботи – **176** год.

9. Рекомендована література

Основна:

1. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості Львів: ПАІС, 2000. 180 с.
2. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і допов. / за ред. В. В. Різуна. Київ : ВПЦ "Київський університет", 2012. 352 с.
3. Гарус А. Бізнес-моделі медіа на прикладі українських онлайн-видань суспільно-політичної та економічної тематики. https://voxukraine.org/wp-content/uploads/2020/02/CEEJ_policy-brief-1.pdf
4. Ділова преса України : монографія/ Л. М. Дудченко – Суми : Сумський держ. ун-т, 2019, 154 с.

Додаткова:

5. Альтер А. Нездоланні. Про збільшення кількості технологій, які призводять до звикання, і про бізнес, який тримає на гачку. – К., 2017. – 352 с.
6. Берещак В. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією /Вікторія Берещак. – Київ : Yakaboo Publishing, 2023. – 200 с. ISBN 978-617-8107-64-2 (електорнне видання)
7. Бужинська Ю. О. Типологічна характеристика журнальних ділових видань / Ю. О. Бужинська // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2011. № 2. С. 9 – 14.
8. Вартанов Г. І. Засоби масової інформації : Короткий словник термінів і понять / Григорій Вартанов. — К. : Грамота, 2005. — 64 с.
9. Володченко О. М. Реалізація етичних стандартів у сучасній діловій журналістиці / О. М. Володченко // Наукові записки Інституту журналістики. 2008. Т. 31. С. 13 – 18.
10. Гутброд Г. Успішна комунікація в бізнесі та освіті: навч. посіб. / Г. Гутброд, О. Беляков. Київ: Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2006. 207 с.
11. Гороховський О.М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи: практичний посібник. Дніпро : ЛІРА, 2017. 133 с. 4.
12. Дейвіс Н. Новини пласкої землі / пер. з англ. С.Андрухович Київ : Темпора, 2011. 548 с.
13. Денисенко А. М. Дослідження контенту ділової преси / А. М. Денисенко // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадського. Серія: Филология. Социальные коммуникации. 2010. Т. 24 (63), № 4, ч. 2. С. 37 – 47.
14. Желіховська Н. С., Різун В. В. Сучасна українська публіцистика: теорія і практика : навч. посіб., К., 2016, 158 с.
15. Ів Аньєс. Підручник із журналістики Київ : ВД «КиєвоМогилянська академія», 2013. 544 с. 2.

16. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посіб. за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.
17. Каппон Рене Дж. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс: Професійний порадник / Рене Каппон / Пер. з англ. А. Іщенко. — К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія». — 2005. — 125 с.
18. Климнюк Т. А. Ділова преса : історія та сучасність / Т. А. Климнюк, В. О. Гандзюк // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. Луцьк, 2012. № 2 (2). С. 97 – 99.
19. Краснова Н. Деловые издания [Електронний ресурс] / Н. Краснова // Контракти. 2003. № 47. <http://archive.kontrakty.ua/gc/2003/47/2-delovye.html?lang=ua>.
20. Кукушкін О. М. Стратегія розвитку вітчизняних періодичних видань (на прикладі газети «Бізнес») / О. М. Кукушкін // Поліграфія і видавнича справа. Львів, 2006. Вип. 43. С. 46 – 51.
21. Ларіна К.В. Просування брендів. Корисний блог в Інстаграмі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.instagram.com/brand_focus/
22. 10. Online Reputation Management. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.businesscontent.com/reputation-management/>
23. Невалов А. Г. Моніторинговий аналіз економічної тематики в українських ЗМІ / А. Г. Невалов // Наукові записки Інституту журналістики. 2002. Т. 8. С. 67 – 78.
24. Недопитанський М. І. Сучасна українська періодика: типологічний аспект / М. І. Недопитанський // Наукові записки Інституту журналістики. 2006. Т. 23. С. 184 – 186.
25. Олтаржевський Д. О. Основи та методи діяльності сучасних корпоративних медіа: моногр. / Д. О. Олтаржевський. Київ: Центр вільної преси, 2013. 308 с.
26. Палійчук А. В. Особливості розвитку сучасної ділової преси України / А. В. Палійчук // Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 50. С. 33 – 35.
27. Підприємництво: практикум. Навчальний посібник / Мазур І.І., Богуславський О.В., Євтушевська О.В., Ігнатович Н.І. та інші (усього 8 осіб). – К.: ВПЦ «Київський університет», 2016. – 255 с.
28. Різун В. Теорія масової комунікації: підручн. для студ. галузі 0303 "журналістика та інформація". // В.В. Різун. – К.: Видавничий центр "Просвіта", 2008. – 260с.
29. Рендал Д. Універсальний журналіст / Девід Рендал.- [Режим електронного доступу]: <http://media.onua.edu.ua/2014-02-11-23-28-21/rekomenduemo/navchalna-literatura/354-universalnij-zhurnalist-devid-rendal>
30. Телевізійна журналістика. Теорія і практика: навч. посіб. 2-е вид. Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. 262 с.
31. Ситник О.В. Комунікативність композиційно-графічної моделі мережевого медіа як умова створення інформаційно-діяльнісного простору здійснення комунікації // Наукові записки Інституту журналістики. 2015. Т. 58. С. 140-147. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2015_58_24 (дата звернення: 25.08.2022)
32. Ситник О.В. Медіадизайн як інноваційний розвиток проектування // Проблеми сучасного підручника: зб. наук. праць / гол. ред. В. М. Мадзігон; наук. ред. О. М. Топузов Київ : Пед. думка, 2014. Вип. 14. С. 661– 667. URL : http://ipvid.org.ua/upload/iblock/e34/e3491909c066a98c14450109610d5_95f.pdf (дата звернення: 25.08.2022)
33. Черемних І.В. Медіаменеджмент : конспект лекцій. Київ : ННІЖ, 2021. 90 с. URL:<http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=rozdily&rozdil=6>
34. Черемних І. В. Телевізійний маркетинг : навч. посіб. Вид 2. доп. Київ : ВПК Експрес-поліграф, 2018. 304 с. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=rozdily&rozdil=6>

35. Cheremnykh I. Digital Generation's Motivational Advantages in Creative Economics of Digital Era. *International Journal of Innovative Technologies in Economy journal. RS Global. Warsaw, Poland.* № 3/35. 2021. Index
Copernicus DOI: https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijite/30092021/7663
36. Arrese A. *Economic and financial press* / A. Arrese // Pamploma, 2001.
37. Auletta K. *The Best Business Stories of the Year*/K. Auletta, A. Leckey // Edition Paperback. – January 8, 2002. – New York, 2002.
38. Baird R. N. *Industrial and business journalism* / R. N. Baird, A.T. Turnbull. New York, 1971.
39. Elfenbein J. *Business journalism* / J. Elfenbein. New York, 1969.
40. Forsyth D. *The business press in America* / D. Forsyth. Philadelphia, 1964.
41. Greco A. *Business journalism management notes and cases* / A. Greco. New York, 1988.
42. Grunwald E. *The business press editor* / E. Grunwald. New York, 1988.
43. Roush G. *Profits and losses: business journalism and its role in society* / G. Roush. Oak Park, 2006.