

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Навчально-науковий інститут журналістики

Кафедра періодичної преси

«ЗТВЕРДЖУЮ»  
Засновник-директора  
з навчально-виховної роботи  
В. КОРИСЄВ  
« 30 » \_\_\_\_\_ 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МЕДІАВИРОБНИЦТВО: ПРОДУКТ  
для студентів

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

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2022/2023
Семестр	1,2
Кількість кредитів ECTS	13
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	іспит


Пролонговано: на 2023/2024 н.р. Кочет (Кочет) « 21 » 08 2022р.  
на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ ) « \_\_ » 20\_\_р.

КИЇВ – 2022

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


ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри періодичної преси

 (Т. Приступенко)  
Протокол №12 від «30» червня 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Інституту журналістики

Протокол від «29» серпня 2022 року № 1

Голова науково-методичної комісії  (А.Волобуєва)

### **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; ознайомитися особливостями з редакційного маркетингу, специфікою економічного аспекту діяльності ЗМІ.

### **2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни:**

Під час опанування дисципліни студент має володіти певними навичками, зокрема:

- бути готовим до сприйняття теоретико-практичної інформації медійного змісту;
- бути ознайомленим із основними вимогами стосовно підготовки журналістського матеріалу у друкованих ЗМІ, на радіо чи телебаченні; створити найпростіший інформаційний матеріал;
- володіти навичками збирання та обробки інформації;
- володіти навичками літературного обробітку текстів та редагування;
- володіти навичками верстки шпальт газети/журналу, медіадизайну;
- 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. прак.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.).

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

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 дисципліни «Медіавиробництво: продукт» під час практичних занять студенти знайомляться з особливостями підготовки та написання текстів різних інформаційних жанрів, їх спільними та відмінними рисами. Основний зміст курсу – практична підготовка студентами під керівництвом викладачів журналістських інформаційних матеріалів різної тематичної спрямованості та отримання початкових знань щодо створення з них навчальних 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 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 (замітка, репортаж, інтерв'ю, звіт); у II семестрі – створення повноцінних медійних проєктів – газети / журналу, радіо- / телепередачі.

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.

#### **4. Завдання (навчальні цілі):**

*Знати:*

- теорію, необхідну для ефективного створення журналістських інформаційних матеріалів;
- особливості та специфіку підготовки й написання текстів інформаційних жанрів, їх спільні та відмінні риси;
- особливості організації роботи редакції газети / журналу / теле- чи радіокомпанії;
- поняттєвий апарат медійної галузі;
- творчо-професійні вимоги щодо роботи журналістів у друкованих та електронних ЗМІ;
- функції сучасної газетно-журнальної та теле-, радіожурналістики;
- принципи використання інформаційних жанрів у медійній галузі;
- принципи комунікації з різними службами редакційного колективу, планувати роботу відділів, творчих та технічних служб, вміти використовувати сучасні технології медіадизайну.

**Дисципліна спрямована на формування наступних програмних компетентностей:**

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

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.

СК09(РЗГ). Здатність створювати медіапродукт у сфері реклами та зв'язків з громадськістю.

СК09(ВДМР). Здатність створювати видавничий продукт.

СК09(МП). Здатність створювати медіапродукт у сфері медіапродюсування.

**5. Результати навчання змістової частини дисципліни :**

<b>Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)</b>		<b>Форми (та/або методи і технології) викладанн я і навчання</b>	<b>Методи оцінюванн я та пороговий критерій оцінюванн я (за необхіднос ті)</b>	<b>Відсоток у підсумко вій оцінці з дисциплі ни</b>
<b>Код</b>	<b>Результат навчання</b>			
1.1	Володіти знаннями щодо інформаційних жанрів у друкованих ЗМІ, на радіо й телебаченні	Лекція, практичні заняття, самостійна	Відповіді на практичних заняттях та на іспиті	20

		робота, іспит		
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 радіопрограм	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	Демонструвати результати своєї роботи: планування, підготовка публікацій, вичитування, редагування.	Практичні заняття, самостійна робота	Метод проєктів	5
4	Автономність і відповідальність. Критично опрацьовувати поставленні 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.

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.

ПР17. Розмішувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

ПР21(ЖСК). Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення у сфері відображення економічних, правових, політичних питань, питань культури та мистецтва, соціальних питань, питань міжнародних відносин та інших видів діяльності.

ПР21(РЗГ). Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення у сфері реклами та зв'язків з громадськістю.

ПР21(ВДМР). Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення у видавничій сфері.

ПР21(МП). Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення у сфері медіапродюсування.

Результати навчання дисципліни (код)	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	3	4
Програмні результати навчання (назва)								
Аналізувати та узагальнювати процес створення текстів жанрів інформаційної журналістики	✓					✓	✓	
Планувати створювати інформаційну продукцію (газету, журнал) на різноманітну тематику, в					✓	✓	✓	

т.ч.культурологічну, освітню, природоохоронну, бізнесову, туристичну та ін.								
Застосовувати знання в області дизайну та верстки, використовуючи відповідні програми	✓	✓	✓					✓
Оцінювати питання щодо вибору тематики публікацій.							✓	
Робити застосування нових підходів щодо дослідження (моніторингу) інформаційного контенту.							✓	
Брати участь у тематичних майстер-класах в рамках вивчення предмету з викладенням пропозицій, спрямованих на поліпшення професійної діяльності; виготовлення і поширення інформаційного продукту, створеного на базі інформаційних жанрів.							✓	
Здійснювати звіти про роботу над медійними продуктами з використанням інформаційних жанрів. .				✓	✓		✓	

## 7. Схема формування оцінки.

Контроль знань здійснюється за системою ESTC, що передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема оцінювання теоретичної підготовки – результати навчання (знання 1.1 – 1.4), що складає 40 відсотків 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 відсотків загальної оцінки.

Упродовж семестру 50 % балів відводиться на аудиторні заняття (практичні заняття: усне опитування, виконання аудиторних завдань – письмових чи усних) і 50 % – на самостійну роботу у вигляді створення інформаційного продукту – тексту відповідного інформаційного жанру – загалом не менше 20 балів (рекомендовано – 36 балів), максимально – 60 балів.

Під час складання підсумкового контролю – екзамену (у письмовій формі) студент може отримати максимально 40 балів, мінімально – 24 бали.

### 7.1 Форми оцінювання.

- підсумкове оцінювання:
- форма оцінювання – письмовий екзамен;
- максимальна кількість балів, які може отримати студент – 40 балів;
- форма проведення екзамену – письмова, види завдань – тест; контрольне опитування, творча робота.



*Тест оцінюється: за кожну правильну відповідь студенти отримують 2 бали – 20 питань x 2 бали = 40 балів максимум.*

*Контрольне опитування оцінюється – 2 бали за відповідь, максимальна кількість балів, які може отримати студент, – 40 (20 запитань x 2 бали = 40).*

*Письмова творча робота: підготовки навчального матеріалу зазначеного викладачем жанру, за наданим викладачем фактажем, оцінюється із розрахунку: 20 балів – максимум за одну роботу. Викладач готує критерії оцінювання для творчої роботи сам, виходячи із тематики, жанру та інших особливостей. Рекомендується оцінювати за такими категоріями: грамотність, заголовок, лід, основна частина тексту, бекграунд – за потреби (якщо це замітка чи репортаж); грамотність, заголовок, преамбула, запитання (якщо це інтерв'ю); також окремо / додатково може оцінюватися креативність. Виявлення ознак академічної недоброчесності (запозичень) дає право викладачу знизити оцінку навпіл.*

*умови допуску до підсумкового екзамену:*

*за виконання навчальної програми (оцінювання аудиторних завдань і самостійної роботи) студент має отримати впродовж семестру не менше 20 балів (рекомендований мінімум складає 36 балів).*

*Мінімальна кількість балів, які додаються до семестрових – 24 бали.*

*Студент, який набрав сумарно меншу кількість балів, ніж критично-розрахунковий мінімум – 20 балів – до складання екзамену не допускається.*

*Схема формування оцінки у першому семестрі.*

У I семестрі дисципліна структурно складається із трьох модулів. Відповідно оцінювання проходить за трьома модулями: ЗМ-1, ЗМ-2, ЗМ-3.

Кількість балів у процесі навчального періоду формують бали, отримані студентом / здобувачем у процесі засвоєння матеріалу з усього навчального курсу. Загальна оцінка під час навчального періоду складається із балів, отриманих за усні відповіді, письмові роботи та модульні контрольні роботи.

Всі ці види робіт за семестр мають у підсумку:

	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 та письмовими роботами на практичних заняттях.

Одна усна відповідь може бути оцінена в розмірі 0 – 2 бали, доповнення чи участь в обговоренні — в розмірі 0 — 0,5 бала.

Письмова робота студента оцінюється в розмірі 1 –10 балів.

При цьому студент може набрати за цей вид оцінювання:

Максимально: 32 бали (з них – 16 за перший модуль і 16 — 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 працювати над темою для власних публікацій, самостійність, грамотність у викладі текстового матеріалу (в межах від 1 до 10 балів).

Також передбачено, за необхідності, дві контрольних роботи щодо репрезентації отриманих знань про інформаційні жанри та побудови матеріалів одного із інформаційних жанрів, методів збору інформації, (мінімум 5 балів, максимум – 10 балів).

Кожний студент на практичних заняттях має підготувати до 8 навчальних матеріалів.

**ЗМ-3.** Практичні навички щодо використання іноземної (англійської) мови в рамках курсу (РН 2.1, 2.2 та 3.1) оцінюються викладачами кафедри мови та стилістики на предмет знань основних правил підготовки журналістських матеріалів різних інформаційних жанрів для друкованої періодики та електронних ЗМІ англійською мовою, а також правил редагування англомовних медійних текстів (граматика, слововживання, орфографія, пунктуація) з урахуванням мовних труднощів і типових помилок англійської мови.

Максимальна кількість балів цього модулю, яку може заробити студент, – 10, мінімальна – 4.

Таким чином, за цією формою оцінювання студент може набрати в цілому протягом семестру:

мінімум балів (36 за всі три модулі) та максимум (60 за всі три модулі).

**- умови допуску до підсумкового екзамену:**

Для допуску до екзамену студенту/ці 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 проект, де будуть підготовлені його роботи в інформаційних жанрах відповідно до тем, що вивчалися, (не менше 8-и робіт). Якщо такого проекту не буде чи він буде виконаний не належним чином (помилки, невідповідність вимогам жанру, 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.)	<p>А)Проведення практичних занять відповідно до прослуханої тематики лекцій, підготовка тематичних повідомлень, відповіді на запитання, письмові роботи у формі запитань-відповідей.</p> <p>Б) Проведення практичних занять у галузі теле- та радіопрограм.</p>	<p>З 18 вересня до 10 грудня</p> <p>З 1 лютого до 15 травня</p>
Робота над заміткою та репортажем (РН 2.1.-2.2., 3.1., 4.1.)	<p>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.</p> <p>Б) Робота над репортажними матеріалами на радіо, телебаченні</p>	<p>До 30 жовтня</p> <p>З 1 лютого до 15 травня</p>
Робота над репортажем (РН 2.3.-2.4.)	<p>Підготовка до написання інтерв'ю. Вибір об'єкта інтерв'ю. Робота над запитаннями. Види інтерв'ю. Робота над інтерв'ю на радіо та телебаченні.</p>	<p>До 30 листопада</p>
Робота над звітом (РН 2.3.-2.4.)	<p>Осмилення жанру «звіт», особливості його використання. Написання звіту з події. Робота над мовним аспектом власних медійних продуктів</p>	<p>До 10 грудня</p> <p>З 15 листопада</p>
<p>Іспит: Результати отриманих знань в теоретичному аспекті та практичній підготовці матеріалів інформаційних жанрів</p> <p>Тест (контрольне семестрове опитування), творча робота</p>	<p>Робота над власним медійним продуктом щодо демонстрації практичних умінь та навичок курсу.</p> <p>Письмові відповіді на тест (контрольне семестрове опитування), письмова творча робота.</p>	<p>Грудень</p>

**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 або іншого завдання, встановленого викладачем.

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. Передбачене ознайомлення з текстовими категоріями, специфікою журналістського тексту в системі комунікації, аналіз тексту за структурами. Студенти також вивчають структурні та лінгвістичні особливості іншомовних (англомовних) текстів новин на телебаченні та радіо та вчать писати новинне повідомлення для телебачення і радіо іноземною (англійською) мовою.

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 (сітьовий 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 медіадизайну** 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, ЗМ -7, ЗМ - 8, ЗМ - 9.**

Оцінювання за модулями.

**ЗМ - 4.** Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю. Одна відповідь може бути оцінена в 1–2 бали. При цьому студент може набрати за цей вид оцінювання максимально – 5 балів у процесі роботи на практичних заняттях та під час самостійної роботи (мінімальна кількість балів – 3).

**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 мінімально – 5, максимально – 10 балів на практичних заняттях та під час самостійної роботи.

**ЗМ – 6.** Кафедра періодичної преси. Робота 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.

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 (необхідний мінімум – 5 балів).

**ЗМ-7.** 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 (необхідний мінімум – 10 балів).

**ЗМ- 8.** Кафедра мультимедійних технологій та медіа дизайну. Робота над версткою текстів та виготовленням періодичного друкованого видання. Максимальна кількість балів, які студент має отримати під час семестру, – 15. Мінімальна кількість балів – 10. 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 0 – 2 бали; максимум балів за семестр студент може отримати 5 (необхідний мінімум – 3 бали).

При простому підрахунку маємо:

	Змістовий модуль 4	Змістовий модуль 5	Змістовий модуль 6	Змістовий модуль 7	Змістовий модуль 8	Змістовий модуль 9	Іспит	Підс. оцінка
Мінімум	3	5	5	10	10	3	24	60
Максимум	5	10	10	15	15	5	40	100

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

- підсумкове оцінювання:
- форма оцінювання – письмовий екзамен;
- максимальна кількість балів, які може отримати студент – 40 балів;
- форма проведення екзамену – письмова, види завдань – тест / творча робота;

Тест оцінюється: за кожну правильну відповідь студенти отримують 2 бали – 20 питань x 2 бали = 40 балів максимум.

- умови допуску до підсумкового екзамену:

за виконання навчальної програми (оцінювання аудиторних завдань і самостійної роботи) студент має отримати впродовж семестру не менше 20 балів (рекомендований мінімум складає 36 балів). Мінімальна кількість балів, які додаються до семестрових – 24 бали.

Студент, який набрав сумарно меншу кількість балів, ніж критично-розрахунковий мінімум 20 балів до складання екзамену не допускається.

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 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 така мінімальна кількість:

ЗМ- 4 – 3 бали,

ЗМ - 5 – 5 балів,

ЗМ- 6 – 5 балів,

ЗМ -7 – 10 балів,

ЗМ - 8 – 10 балів,

ЗМ - 9 – 3 бали.

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

Максимальну кількість балів студент може набрати таку:

ЗМ- 4 – 5 балів,

ЗМ- 5 – 10 балів,

ЗМ- 6 -10 балів,

ЗМ -7 - 15 балів,

ЗМ - 8 – 15 балів,

ЗМ – 9 – 5 балів.

### 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.

№ Теми	Назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
<b>1 семестр</b>				
<b>Змістовий модуль 1. Інформаційні жанри в друкованих та електронних ЗМІ</b>				
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
<b>Змістовий модуль 2. Практика підготовки навчальних публікацій інформаційних жанрів та видань (передач)</b>				
1.	Методи збору інформації	2	4	2
2.	Журналістська тема й журналістське завдання	4	4	4
<b>Змістовий модуль 3. Створення друкованого медійного продукту іноземною (англійською) мовою</b>				

1.	Структурні елементи друкованого медійного продукту. Типи заголовків. Особливості лексико-граматичної організації заголовків іноземною (англійською) мовою у друкованих медіа. Підводка (лід): типи, функції, структура “перевернута піраміда”		3	12
2.	Створення журналістських матеріалів різних інформаційних жанрів для друкованої періодики та електронних ЗМІ іноземною (англійською) мовою. Редагування англомовних медійних текстів (граматика, слововживання, орфографія, пунктуація) з урахуванням мовних труднощів і типових помилок англійської мови		3	12
	<b>Усього</b>	<b>14</b>	<b>30</b>	<b>46</b>
<b>2 семестр</b>				
<b>Змістовий модуль 4. Аналіз рекламної та піар-комунікації</b>				
1.	Основи рекламної та піар-комунікації	2		
2.	Аналіз комунікації визначених брендів		6	8
3.	Розробка комунікаційних продуктів		6	8
<b>Змістовий модуль 5. Постановка голосу. Теорія твору. Особливості написання та оформлення іншомовних (англомовних) новинних повідомлень для телебачення і радіо</b>				
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		6	10
2	Текстові категорії. Журналістський текст у системі комунікації. Структури журналістського тексту. Типологічна структура. Тематична структура. Фактологічна структура. Композиційна структура. Архітектонічна структура. Логіко-поняттева структура. Емоційно-експресивна		10	14



	структура. Інформаційна структура. Комунікативна структура			
3	Структурні та лінгвістичні особливості іншомовних (англомовних) новинних повідомлень для телебачення. Лексико-граматичні особливості заголовків новин іншомовних (англомовних) телеканалів. Підводка як елемент телеповідомлення		4	6
4	Структурні та лінгвістичні особливості іншомовних (англомовних) новинних повідомлень для радіо. Лексико-граматичні особливості заголовків новин іншомовних (англомовних) радіопрограм. Підводка як елемент радіоповідомлення		4	6
	<b>Змістові модулі 6 - 7. Створення медійного продукту – газети, журналу; створення радіо- та телепродукту.</b>			
1	Вироблення стратегії створення медійного продукту «під ключ» - газети/ журналу: тематика, контент, ілюстрування, дизайн; робота над теле- чи радіо сюжетом, жанрові особливості, сучасні підходи.		48	62
	<b>Змістовий модуль 8. Основи медіадизайну.</b>			
1	Знайомство із програмами верстки медійних продуктів.		10	8
2	Апробація програм верстки під час створення газети/журналу.		10	8
	<b>Змістовий модуль 9. Основи редагування текстів.</b>			
1	Загальні засади редагування в медіа виробництві (цілі, принципи, прийоми, підходи в медіаредагуванні. Особливості редагування новинних й аналітичних матеріалів. Самоорганізування, фахова	2	6	4

	культура й мовна підготовка редактора. Системні редакторські помилки.			
2	Редакторський практикум: редагування новинних текстів (за жанрами); редагування аналітичних текстів; редагування текстів на радіо, телебаченні, в нових медіа; редагування перекладених текстів.		6	4
<b>Змістовий модуль 10. Створення тематичного аудіовізуального медіапродукту: культура, політика, право, економіка, соціальні питання, екологія.</b>				
1	Культура і медіа.		16	14
2	Економічні питання у ЗМІ.		16	14
<b>Змістовий модуль 10. Основи екології. Створення тематичного аудіовізуального медіапродукту.</b>				
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
	<b>Усього</b>	<b>28</b>	<b>166</b>	<b>196</b>

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

Лекційні заняття — 28 год.

Практичні заняття — 166 год.

Самостійна робота — 196 год.

## 9. Рекомендовані джерела:

## Основні

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. Єлісовенко 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. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс: Професійний поради́ник / Рене Каппон / Пер. з англ. А. Іщенка. — 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; авт.: М.Батіг, С.Воропаєв, В.Ільченко, Т.Майданович, О.Мартиненко, В.Миронченко, М.Сингаївська, О.Харченко, В.Чамара, А.Яковлев. — 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.
29. Ceramella, N., Lee, E. Cambridge English for the Media, 2008.
30. Glossary of Radio Terms. URL: <https://live365.com/blog/glossary-of-radio-terms/>
31. TV Language. URL: <https://plasticenglish.wordpress.com/audiovisual-language/tv-language/>
32. Style Guide Overview. Purdue University. URL: [https://owl.purdue.edu/owl/avoiding\\_plagiarism/guide\\_overview%20.html](https://owl.purdue.edu/owl/avoiding_plagiarism/guide_overview%20.html)

### **Додаткові**

1. Digital Out of Home (DOOH) та відеореклама. Які формати важливі? URL: <https://blog.tracklam.com/digital-out-of-home-doo-h-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-pratsyuye-zovnishnya-reklama>
11. Hicks, W. English for Journalists (Media Skills) (4th ed.). Routledge, 2013.
12. Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication. University of Minnesota, 2016.
13. Zinsser W. On writing well: The classic guide to writing nonfiction. New York, 2016.