

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Кафедра інформаційних систем і технологій

**"ЗАТВЕРДЖУЮ"**

В.о. декана гуманітарно-педагогічного  
факультету  
Савицька І. М.  
" 03 " \_\_\_\_\_ 2021 р.



**"СХВАЛЕНО"**

на засіданні кафедри інформаційних  
систем і технологій  
Протокол № 9 від "13" квітня 2021 р.

Завідувач кафедри  
М. З. Швиденко

**"РОЗГЛЯНУТО"**

Гарант ОП "Журналістика"

Гарант ОП

Н.М. Коєтриця

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

Спеціальність 061 – Журналістика  
Факультет інформаційних технологій  
Розробники: д.п.н. Самойленко О.М.

КИЇВ – 2021 р.

## 1.Опис навчальної дисципліни «Комунікаційні технології»

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	<i>бакалавр</i>	
Спеціальність	<i>061 журналістика</i>	
Освітня програма	<i>журналістика</i>	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	вибіркова	
Загальна кількість годин	180	
Кількість кредитів ECTS	6	
Кількість змістових модулів	3	
Курсовий проєкт (робота) (за наявності)		
Форма контролю	<i>Екзамен</i>	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	4	
Семестр	7	
Лекційні заняття	30	
Практичні, семінарські заняття	30	
Лабораторні заняття		
Самостійна робота	120	
Індивідуальні завдання		
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	4	

## 2.Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

**Мета:** надання теоретичних та практичних знань з використання комп'ютерної техніки, сучасного програмного забезпечення та мережі Internet для пошуку, обробки, аналізу і обміну інформацією в світовому інформаційному просторі; ознайомлення з програмним забезпеченням, яке буде основою для його використання при вивченні професійно-орієнтованих дисциплін. Використання новітніх медіа, обробки та передачі даних, з вільним використанням цифрової техніки, забезпечення компетентними підходами щодо всіх здобутків суспільства в галузі новітніх технологій.

**Завдання:** полягає в отриманні навичок студентом користування комп'ютерною технікою і сучасними прикладними програмами, що в кінцевому

результаті сприятиме професійній адаптації в сучасному інформаційному просторі.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:** основні поняття та термінологію курсу, правила та алгоритми опрацювання даних за допомогою різних програмних засобів.

**вміти:** будувати інформаційну модель предметної області, застосовувати ІКТ для опрацювання даних та організації колективної роботи по їх створенню та повторному використанню.

Набуття компетентностей:

**загальні компетентності (ЗК):**

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

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

**фахові (спеціальні) компетентності (СК):**

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

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

**Програмні результати навчання (ПР):**

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

ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.

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

### **3. Програма та структура навчальної дисципліни**

#### **Змістовий модуль 1. СЕРВІСИ ТА ПОСЛУГИ ІНТЕРНЕТ МЕРЕЖІ**

**Тема лекційного заняття 1. Інформаційно-освітнє середовище університету (2 год)**

Поняття інформація, інформаційні технології, інформаційно-освітнє середовище, інформаційно-освітнє середовище університету. Ресурси інформаційно-освітнього середовища університету. Етикет користування.

**Тема лекційного заняття 2. Поняття «нові медіа», «інтернет-ЗМІ», «інтернет-медіа». Сучасна масмедіа-освіта в Україні (2 год)**

Аналіз профілю сучасного масмедіа-фахівця: визначення основних вимог та компетенцій. Ринок масмедіа-фахівців. Побудова освітньої траєкторії.

**Тема лекційного заняття 3. Пошукові системи та каталоги інформаційних ресурсів Інтернет (2 год)**

Типи пошуку в Інтернет, розуміння процесу пошуку, оцінювання одержаних даних. Пошукові системи: порівняльна характеристика. Особливості користувацького пошуку. Джерела пошуку. Збереження даних з Інтернету.

#### **Тема лекційного заняття 4. Інтернет: можливості для спілкування (4 год)**

- Основні засоби інтернет-комунікації:
  - електронна пошта — засіб, що створює можливість обмінюватися якнайширшим спектром інформаційних продуктів. Веб-профілі пошти;
  - середовище синхронних комунікацій (чатів), що існують як самостійні ресурси та додатки до інших мережевих сервісів;
  - інтернет-пейджинг — інтернет-сервіс для інтерактивного спілкування в Мережі, який є альтернативою електронній пошті.
- Може передбачати обмін текстовими повідомленнями, а також прикріпленими файлами, здійснювати аудіо- та відеодзвінки;
  - веб-форуми — сервіси, що є менш інтерактивними за чати, які зазвичай супроводжуються набагато глибшими дискусіями;
  - соціальні мережі — інтерактивні сайти, які є автоматизованим соціальним середовищем, що дає змогу спілкуватися групі користувачів, об'єднаних спільним інтересом, а також, зазвичай, знаходити таких користувачів, створювати майданчики для розробки спільних позицій і планування спільних дій;
  - Skype — безкоштовна програма, за допомогою якої можна робити телефонні та відеодзвінки з персонального комп'ютера.
- Класифікація сервісів. Поняття хмари. Корпоративні користувачі. Особливості роботи із е-поштою, календарем, диском, перекладачем. Долучення додаткових сервісів. Організація колективної роботи засобами Google-сервісів.

#### **Тема лекційного заняття 5. Мобільні пристрої в роботі журналіста (4 год)**

1. Історія та сучасний стан мобільних пристроїв, які використовує журналіст.
2. Можливості й проблеми мобільної журналістики.
3. Навички користування обладнанням для миттєвого передавання інформації.
4. Мобільні додатки до популярних новинних ресурсів: специфіка оновлення та користування.

Мобільні додатки стають дедалі більш відвідуваними версіями інтернет-ЗМІ. Ці програми адаптуються або до більшості мобільних пристроїв, або ж навмисно під системи Android чи MacOS. Для них потрібен специфічний формат подачі матеріалів: у перших двох випадках — скорочений, а у випадку додатків для iPad — навпаки, з максимальним використанням графічних і мультимедійних елементів.

Водночас, мобільні мультимедійні технології полегшують збирання й передавання інформації журналістом. Чимало репортажів із місць важливих подій ведеться з мобільного телефону. У разі неможливості зателефонувати — через сервіси блогінгу або мікроблогінгу, передовсім через Твіттер. Найчастіше

мобільні технології використовуються для передачі інформації у громадянській журналістиці.

Додаткову зручність для журналіста мають мобільні пристрої, здатні записувати аудіо- та відеофайли, робити фото. Адже інтернет-формат подачі інформації не потребує виняткової якості мультимедійного продукту, головне — сама інформація, а не її роздільна здатність. Встановити на власному мобільному телефоні аплікацію, що дає змогу поновлювати власний блог. Зробити в ньому запис. Зайти у веб-інтерфейсі телефону функцію пошти й надіслати викладачеві повідомлення з власної електронної пошти. Встановити на телефоні мобільну аплікацію одного з українських новинних ресурсів. Зробити скріншот зображення будинку, в якому проживає студент, у програмі Google Earth і надіслати викладачеві. Встановити позначку цікавого місця у програмі Google Earth і надіслати викладачеві. Завантажити фотографію одного з відвідуваних останнім часом місць сервісу Panoramio програми Google Earth, а її координати повідомити викладачеві.

### **Тема лекційного заняття 6. Інтернет-субкультура (4 год)**

1. Мережевий гумор. Специфіка тематична та структурна.
2. Інтернет-меми як структурна інформація.
3. Етика спілкування в Мережі.
4. Культура «віртуалів»: світові й українські приклади.
5. Відомі інтернет-користувачі. Міфологія Інтернету.

Інтернет-субкультура формується передовсім тими користувачами Мережі, які мають найбільше навичок мережевої комунікації. Спільною рисою всіх елементів мережевої субкультури є спрямованість на гумор, несерйозне сприйняття комунікації. Центральним поняттям субкультури є мем — різновид медіавірусу, що спонтанно виникає з мережевого креативу або комічної життєвої ситуації й поширюється у Мережі лавиноподібно, стає впізнаваним у випадку, коли є частиною повідомлення.

Етика мережевого спілкування суттєво відрізняється від етики спілкування в реальності, оскільки в першому випадку існують стійкі традиції неконструктивних суперечок, взаємних провокувань тощо, а також розроблено методи реакції аудиторії на них.

Окремий вплив на розвиток інтернет-культури створила культура віртуалів — напівлітературна, напівакторська інформаційна діяльність, що полягає у підтриманні активності в Мережі певного акаунту, який, зазвичай, не відповідає реальній людині, проте має стійку характеристику особистості.

Комплексне дослідження одного з елементів інтернетсубкультури, представивши його різнобічний аналіз і численні приклади. Поняття інтелектуальна власність та авторське право. Об'єкти та суб'єкти авторського права. Типи порушень авторського права щодо використання електронного контенту: піратство та плагіат. Типи ліцензій. Закон про авторське право, запобігання плагіату.

### **Тема лекційного заняття 7. Етика інтернет-журналістів (4 год)**

1. Етичні стандарти журналістики. Міжнародні та професійної етики журналіста.
2. Проекти кодексів інтернет-етики.
3. Мережева (комп'ютерна, кібернетична, онлайн) етика журналістів.
4. Порушення фахових та етичних стандартів в інтернет-журналістиці: причини та наслідки.
5. Нагляд за дотриманням етичних стандартів в Інтернеті та відповідальність за їх порушення.

Відмінності етичних кодексів українських інтернет-видань від аналогічних програмних документів, запроваджених у традиційній журналістиці. Зумовленість цих відмінностей специфічними нормами, які пов'язані з технологією функціонування інтернет-ЗМІ та форматами подачі інформації.

Етика взаємодії, спілкування редакцій електронних медіа, журналістів із користувачами. Зважання на те, що анонімність інтернет-аудиторії (одна з її специфічних рис) часто набуває форм нетолерантності, особливо в онлайн-коментарях, на форумах, у чатах. Вимога до журналіста під час спілкування з користувачами навіть у конфліктних ситуаціях залишатися ввічливим, виваженим, пам'ятати про основоположні норми професійної етики.

Єдиний зразок етичного кодексу інтернет-видань — ініціатива «Чистий інтернет», створена 2004 р. опозиційними інтернет-порталами. Пріоритет положень, що стосуються редакційної політики, а не журналістської діяльності.

## **Змістовий модуль 2. ОСНОВИ ТЕХНОЛОГІЙ СПІЛКУВАННЯ**

### **Тема лекційного заняття 8. Соціальні мережі та їхні учасники (2 год)**

1. Структура соціальних мереж. Мережі блогів, мікроблогів і мереж, побудованих за принципом Facebook.
2. Уплив соціальних мереж на трансформацію суспільства.
3. Джерела дослідження учасників соціальних мереж.
4. Просування електронних видань у соціальних мережах.
5. ЗМІ в соціальних мережах. Переваги соціальних мереж надтрадиційними ЗМІ: технологічний і змістовий аспекти.

Соціальні мережі — структури, в яких важлива не тільки кількість учасників, а й кількість зв'язків між ними. До появи Інтернету соціальні мережі існували як кола спілкування окремих людей. Високоієрархічні та низькоієрархічні групи: перші об'єднані довкола одної або декількох особистостей, яких знає решта учасників групи, навіть не знайомі між собою; другі складаються переважно з учасників, кількість зв'язків яких приблизно однакова.

З появою Інтернету соціальні мережі стали «видимими»: користувач завжди бачить, з якими людьми він пов'язаний, і має можливість спілкуватися з ними, навіть якщо в житті давно уже не контактував. Поєднання стимулювання такого спілкування мережі із певними додатковими сервісами: блогінгом, месенджером, аудіо- та відеоблогінгом, мікроблогінгом тощо.

Вікові особливості учасників соціальних мереж: основна частка аудиторії — люди, молодші 35 років. Прихід до Мережі старших людей — зміни вікового контингенту. Створення додаткових інструментів популяризації контенту інтернет-видань через соціальні мережі.

### Тема лекційного заняття 9. Історія соціальних мереж (2 год)

1. Виникнення соціальних мереж у форматі мережі блогів. Помилки в організації роботи перших соціальних мереж.
2. Виникнення тематичних і професійних соціальних мереж.
3. Перехід соціальних мереж з формату особистих щоденників до формату масових видань.
4. Виникнення Facebook і перехід широких мас до соціальних мереж.
5. Історія розвитку соціальних мереж в Україні.

Виникнення соціальних мереж: поєднання з месенджерами (мережа ICQ, Viber, Telegram, **WhatsApp** messages) Відсутність терміна «соціальна мережа», однак дотримання всіх формальних ознак, передовсім наявність системи зв'язків між користувачами.

Виникнення мереж, що поєднувалися із сервісом блогінгу. Блог-платформа Livejournal — найпоширеніший майданчик для спілкування протягом кількох років.

Мультисервісні формати типу Facebook / . Обмежене використання цих платформ для розміщення текстових матеріалів — переважання посилань на матеріали.

Соціальні мережі в Україні: тривала популярність платформи «Живого журналу» та російських соцмереж; далі — стрімке зростання аудиторії Facebook.

Перше активне використання соціальних мереж під час політичних процесів — війна в Косово 2000 р., коли очевидці публікували на своїх блогах репортажі та фото з місця подій, які були набагато актуальнішими за сюжети офіційних ЗМІ. Подальша роль соціальних мереж у висвітленні політики та самоорганізації мас (Білорусь, Єгипет, Молдова).

### Тема лекційного заняття 10 Види блогів (2 год)

1. Поняття «блог», «блогер», «блогосфера». Тенденції розвитку блогосфери в Україні та світі.
2. Види блогів: критерії поділу та різновиди.
3. Створення блогу на платформі: переваги та недоліки.
4. Сервіси для створення Stand alone або автономного блогу (WordPress, Movable Type). Створення stand alone блогу: переваги та недоліки.
5. Мікроблог як особливий вид блогу.

Блог, або веблог — мережевий журнал подій, щоденник у комп'ютерній мережі, в якому певна особа, якій він належить, описує свої щоденні враження, життєві події, роздуми, ділиться досвідом тощо, а читачі можуть не тільки

ознайомлюватися з цими нотатками, а й коментувати їх. Обернена хронологічність записів у блозі.

Останні тенденції: блогосфера в Україні здає позиції, активних блогів (які містять не менше п'яти записів і оновлюються хоча б один раз за останні три місяці) стає менше. Види блогів (критерії поділу та різновиди):

- за автором / авторами (авторський / приватний, «прозорий», колективний, корпоративний);
- за метою (особистий, суспільний, тематичний, бізнесблог);
- за наявністю / видом мультимедіа (текстовий, фотоблог, музичний, подкаст і блогкастинг, відеоблог);
- за особливістю контенту (контентний, моніторинговий, тамблелог, сплог);
- за технічною основою (Stand alone блог, на блог-платформі, моблог).
- Публічні блоги на інформаційних ресурсах та особисті блогижурналістів.
- Відмінність методів подачі інформації у професійному інтернет-виданні та у власному блозі.
- Блоги як чинник поширення свободи слова й боротьби з цензурою.
- Громадянська та професійна журналістика у блогах: спільні риси та відмінності.
- Блоги та соціальні мережі як засіб популяризації власного журналістського доробку.
- Функції блогу журналіста: майданчик для публікації матеріалів, які він не може опублікувати в офіційному виданні; власне авторське електронне ЗМІ; платформа для збирання інформації; засіб популяризації своєї масовокомунікаційної діяльності.
- Блог — унікальний засіб комунікації, новітній медіа, джерело інформації. Цитування професійними ЗМІ блогів відомих людей.
- Відкритість питання про приналежність блогів до журналістики. Популярні означники: громадянська (народна, аматорська) журналістика, видання з одним журналістом. Аргументи опонентів: блоги не проходять жодного редакційного опрацювання; часто виявляють непрофесіоналізм; багато блогерів не дотримуються основоположних принципів журналістики, зокрема етичних, не прагнуть до цього і навіть не знають про них.
- Збалансована позиція: якщо блогер при створенні матеріалу дотримується фундаментальних стандартів журналістської діяльності (актуальність теми, точність, достовірність наведених фактів, новизна інформації, збалансованість тощо), пише про справді соціально значущу подію чи проблему, то є підстави розглядати його твір як надбання журналістики, і, відповідно, навпаки.

### **Змістовий модуль 3. СПІЛЬНА РОБОТА В ОФІС 365**

#### **Тема лекційного заняття 11. Етапи реалізації проекту (2 год)**

Поняття проекту. Класифікація проектів. Етапи виконання проектів. Інструменти реалізації проекту. Використання сервісів Офіс 365 для організації спільної роботи в проекті.



Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма							Заочна форма						
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
<b>Змістовий модуль 1. СЕРВІСИ ТА ПОСЛУГИ ІНТЕРНЕТ МЕРЕЖІ</b>														
Тема 1. Інформаційно-освітнє середовище університету	1	12	2	2			8							
Тема 2. Поняття «нові медіа», «інтернет-ЗМІ», «інтернет-медіа». Сучасна масмедіа-освіта в Україні	2	12	2	2			8							
Тема 3. Пошукові системи та каталоги інформаційних ресурсів Інтернет	3	12	2	2			8							
Тема 4. Інтернет: можливості для спілкування	4-5	20	2	2			16							
Тема 5. Мобільні пристрої в роботі журналіста	6-7	20	2	2			16							
Тема 6. Інтернет-субкультура	8-9	20	2	2			16							
Тема 7. Етика інтернет-журналістів	10-11	64	4	4			16							
Разом за змістовим модулем 1		120	16	16			88							
<b>Змістовий модуль 2. ОСНОВИ ТЕХНОЛОГІЙ СПІЛКУВАННЯ</b>														
Тема 8. Соціальні мережі та їхні учасники	12	12	2	2			8							
Тема 9. Історія соціальних мереж	13	12	2	2			8							
Тема 10. Види блогів	14	12	2	2			8							
Разом за змістовим модулем 2		36	6	6			24							
<b>Змістовий модуль 3. СПІЛЬНА РОБОТА В ОФІС 365</b>														
Тема 11. Етапи реалізації проекту		18	8	2			8							
Разом за змістовим модулем 3		18	8	2			8							
Усього годин		180	30	30			120							

#### 4. Теми семінарських занять (не передбачено навчальним планом)

#### 5. Теми лабораторних занять (не передбачено навчальним планом)

#### 6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Лабораторна робота №1 "Спільна робота. Комунікація"	2
2	Лабораторна робота №2 "Ресурси для навчання та самоосвіти"	2
3	Лабораторна робота №3 Резюме спеціаліста галузі журналістика	2
4	Лабораторна робота №4 Інфографіка	4
5	Лабораторна робота №5 Кар'єра в журналістика як галузь суспільно-політичної діяльності	4
6	Лабораторна робота №6 Інтерактивна презентація Sway	4
7	Лабораторна робота №7 Стратегія отримання освіти у галузі журналістика	4
8	Лабораторна робота №8 Траєкторія навчання студента фаху журналіст (ментальна карта)	4
9	Карта кар'єри в журналістика як галузь масово-інформаційної діяльності	4
Всього		30

#### 7. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами

- 1) Поява комп'ютерних мереж.
- 2) Виникнення формату Веб (World wide web).
- 3) Якісна та кількісна еволюція аудиторії Інтернету.
- 4) Трансформація глобальної структури та архітектури Мережі.
- 5) Фінансова еволюція інтернет-проектів.
- 6) Адресація в Інтернеті.
- 7) Огляд основних сервісів Мережі.
- 8) Причини появи інтернет-ЗМІ.
- 9) Загальні ознаки інтернет-ЗМІ.
- 10) Типологія інтернет-видань.
- 11) Структура мережеских ЗМІ.
- 12) Види інформаційно-пошукових систем: пошукові машини, веб-директорії, системи паралельного пошуку.
- 13) Найпопулярніші українські та зарубіжні пошукові системи. Принципи роботи користувача з пошуковими системами.
- 14) Прийоми ефективного пошуку інформації: команди простого пошуку, мова запитів, розширений пошук.
- 15) Пошук у соціальних мережах, на пошті, у новинах, зображеннях та інші спеціалізовані інструменти пошуку.

- 16) Поняття про пошукову оптимізацію. Основні принципи роботи пошукових систем. Методи врахування цих особливостей пошуку при формуванні запитів.
- 17) Особливості мережевого спілкування.
- 18) Електронна пошта.
- 19) Чати.
- 20) Інтернет-пейджинг (ICQ, QIP, Google talk).
- 21) Телеконференції, веб-форуми.
- 22) Соціальні мережі.
- 23) Skype.
- 24) Зміна парадигм користування інформаційною мережею.
- 25) Модерування, персоналізація.
- 26) Соціальна активність і її вираження в поширенні інформації, оцінюванні та коментуванні.
- 27) Соціальні мережі як найпотужніший сегмент концепції мережі Веб 2.0.
- 28) Блоги. Види блогів, їх основні типологічні характеристики.
- 29) Історія появи та розповсюдження вікі-технології.
- 30) Принципи та проблеми функціонування вікі-технології.
- 31) Популярні ресурси, що базуються на вікі-технології.
- 32) Соціальний ефект вікі-технології.
- 33) Історія та сучасний стан мобільної апаратури журналіста.
- 34) Можливості та проблеми мобільної журналістики.
- 35) Практичні навички користування обладнанням, що дає змогумиттєво передавати різну інформацію на новинний ресурс.
- 36) Мобільні аплікації до популярних новинних ресурсів: специфіка оновлення та користування.
- 37) Види поширення аудіо- та відеоконтенту в Інтернеті.
- 38) Власний і вторинний контент, а також періодичність мовлення мультимедійних сервісів в Інтернеті. Поточкові ресурси та подкасти.
- 39) Особливості організації виробничого процесу при трансляції інтернет-радіо та інтернет-телебачення.
- 40) Специфіка контенту інтернет-радіо.
- 41) Можливості інтернет-телебачення. Корпоративне телебачення.
- 42) Аудиторія та промоція інтернет-радіо й інтернет-телебачення.
- 43) Ринок електронних ЗМІ: структура, чинники впливу, альянси та партнерства.
- 44) Технології та менеджмент електронних радіо та телебачення.
- 45) Мережевий гумор.
- 46) Інтернет-меми: світові й українські.
- 47) Етика спілкування в Мережі.
- 48) Культура інтернет-спільнот: світові та українські приклади.
- 49) Відомі інтернет-користувачі.
- 50) Міфологія Інтернету.
- 51) Аватари, демотиватори та інші зображальні засоби.
- 52) Флеш-моби.
- 53) Флеш-ігри.
- 54) Перші в світі спроби трансляції телепродукції в Інтернеті.

- 55) Запуск першого в світі інтернет-телеканалу.
- 56) Етапи інтеграції Інтернету і телебачення в Україні.
- 57) Сайти ефірних українських телеканалів.
- 58) Способи поширення продукції ефірних телеканалів в Інтернеті.
- 59) Онлайнові трансляції ефірних телеканалів.
- 60) Використання ресурсів Інтернету ефірними телеканалами.
- 61) IPTV (Internet Protocol Television).
- 62) Стандарти інтернет-телебачення.
- 63) Типи мовників, що транслюють відео через мережу Інтернет.
- 64) Тенденції розвитку інтернет-телебачення в Україні.
- 65) Інтернет-телеканал як приклад конвергентних технологій.
- 66) Огляд інтернет-телеканалів Рунету.
- 67) Найпопулярніші англomовні інтернет-телеканали.
- 68) Інтернет-телеканали Укрнету.
- 69) Технологія виробництва новин інтернет-телеканалами.
- 70) Робота конвергованої редакції.
- 71) Інтерактивність, глобалізація і гіпертекстуальність як основні ознаки тексту в Інтернеті.
- 72) Особливості зйомки для Інтернету.
- 73) Основні програми монтажу відео.
- 74) Відеорозділи інтернет-ЗМІ.
- 75) Колектори відеоконтенту.
- 76) Відеохостинги.
- 77) Аудиторія інтернет-телебачення.
- 78) Бізнес-моделювання: основні поняття.
- 79) Базова бізнес-концепція ЗМІ і основні стратегії її втілення.
- 80) Види бізнес-моделей в Інтернеті.
- 81) Правові проблеми Інтернету.
- 82) Порушення авторського права.
- 83) Порушення при розповсюдженні інформації.
- 84) Правові ризики журналістської діяльності.
- 85) Інтернет-ЗМІ та віртуальні спільноти: проблеми взаємодії.
- 86) Цільова, потенційна та реальна аудиторії інтернет-медіа.
- 87) Способи та значення ідентифікації цільової аудиторії, аналізу її інтересів.
- 88) Форми та засоби інтерактивних зв'язків новітніх медіа з користувачами.
- 89) Кількість аудиторії інтернет-видань: методи та проблемипідрахунку.
- 90) Маркетингові характеристики аудиторії.
- 91) Рівні активності аудиторії.
- 92) «Ядро», «прогортваність» та інші специфічні показникифункціонування інтернет-видань.
- 93) Технології пошуку інформації в Інтернеті. Прийоми складання пошукових запитів.
- 94) Заголовки в інтернет-виданнях. Зміна принципів створеннязаголовків. Відмітні особливості заголовків інтернет-видань від заголовків традиційних ЗМІ.
- 95) Маніпуляції та викривлення реальності у заголовках інтернет-матеріалів.

- 96) Етичні стандарти журналістики. Міжнародні та вітчизняні джерела професійної етики журналіста.
- 97) Проекти кодексів інтернет-етики.
- 98) Порушення фахових та етичних стандартів в інтернет-журналістиці: причини і наслідки.

## 8. Методи навчання

Пояснювально-ілюстративний, метод демонстраційних прикладів, методи парної та групової роботи (Табл. 1)

Таблиця 1. Класифікація методів навчання

Засади	Групи методів	
	Найменування	характеристики
1. Джерело знань: слово образ досвід	Словесні Наочні Практичні	
2. Етапи навчання	Підготовка до вивчення нового матеріалу Вивчення нового матеріалу Закріплення вправ Контроль і оцінка	
3. Спосіб педагогічного керівництва	Пояснення педагога Самостійна робота	Керівництво: безпосереднє; опосередковане
4. Логіка навчання	Індуктивні Дедуктивні Аналітичні Синтетичні	
5. Дидактичні цілі	Організація навчальної діяльності Стимулювання і релаксація Контроль і оцінка	
6. Характер пізнавальної діяльності	Пояснювально ілюстративні (готові знання) Репродуктивні Проблемного викладу Частково-пошукові Дослідниць	Репродуктивні Продуктивні

## 9. Форми контролю

Кожна з форм контролю має особливості й залежить від мети, змісту та характеру навчання. У процесі навчання дисципліни використовуються наступні форми контролю:

- Поточний контроль: усне опитування (індивідуальне, фронтальне, групове), комп'ютерне тестування, виконання практичних завдань на комп'ютері згідно програми;
- Підсумковий контроль: тестування

## 10. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна та результати складання	
	екзамени	заліки
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни  $R_{\text{дис}}$  (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи  $R_{\text{НР}}$  (до 70 балів):  $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{ат}}$ .

## 11. Методичне забезпечення

1. Електронний навчальний курс, розроблений на базі платформи LMS Moodle, розміщений на навчальному порталі факультету інформаційних технологій за адресою:

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4017>

## 12. Рекомендована література

### - основна

1. Артамонова І. М. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні : монографія / І. М. Артамонова. Донецьк : Лебідь, 2009. 416 с.
2. Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / Р. Крейг ; [пер. з англ. А. Іщенка]. К. : Києво-Могилянська академія, 2007. 324 с.
3. Потятиник Б. Інтернет-журналістика: навч. посіб / Борис Потятиник. Львів : ПАІС, 2010. 246 с. Додаткова:
4. Артамонова І. М. Інтернет-ЗМІ як нова парадигма теорії української журналістики / І. М. Артамонова // Соціальні комунікації сучасного світу : наук.-теор. збірник / [гол. ред. О. М. Холод]. 2009. С. 44–47.
5. Афанасьєва К. О. Інтернет-видання: обсяг прав та ступінь відповідальності // Свобода висловлювань і приватність. 2002. № 5. С. 15–20.
6. Беляев А.А. Навигация как ключевой компонент визуальной организации веб-сайта [Електронний ресурс] / А. А. Беляев. Вып. 2. 2009. Режим доступа: [http://mediascope.ru/node/367-04209\\_00082\0024](http://mediascope.ru/node/367-04209_00082\0024).

7. Биков В. Ю., Задорожна Н. Т., Омельченко Т. Г. Сучасні підходи до принципи побудови порталів // Засоби і технології єдиного інформаційного освітнього простору: Зб. наук. праць / За ред. В. Ю. Бикова, Ю. О. Жука / Інститут засобів навчання АПН України. К. Атіка, 2004. С. 17–44.
8. Іванов В. Комп'ютерні мас-медіа на межі століть [Електронний ресурс] / В. Іванов // Актуальні питання масової комунікації. — 2002. Вип. 3. Ч. І. Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=362>.
9. Іванов В. Правове регулювання Інтернет. Деякі аспекти // Свобода висловлювань і приватність. 2002. № 3. С. 21–27.
10. Калмыков А. А. Інтернет-журналістика : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 021400 «Журналистика» / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 383 с.
11. Карабин Т. В. Особливості міжособистісного спілкування в мережі "Internet" // Актуальні проблеми психології. Т. 1. Соціальна психологія. Психологія управління. Організаційна психологія. К., 2002. Частина 5. С. 41–47.
12. Коцарев О. О. Типологія інтернет-ЗМІ / О. О. Коцарев // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. 2006. Т. 19 (58). № 5. С. 321–324.
13. Путівник ретельного журналіста : посібник для студентів Інституту журналістики. К. : ТОВ «Київська типографія», 2006. 176 с.
14. Рендол Д. Універсальний журналіст : посібник для студентів Інституту журналістики. К. : ТОВ «Київська типографія», 2006. 152 с.
15. Тонкіх І. Ю. Проблема типології інтернет-ЗМІ // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. Науково-виробничий журнал. 2010. № 2. С. 80–84.
16. Хоникатт Дж. Использование Internet. 2-е издание. : Пер. с англ. / Джерри Хоникатт. К. : Диалектика, 1997. 304 с.
17. Шагалова О. В. Інтернет-СМІ Пермського краю: типологія і описання [Електронний ресурс] / О. В. Шагалова. Режим доступу: [http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp\\_3/shag\\_permnet.html](http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_3/shag_permnet.html).
18. Эко У. От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст [Електронний ресурс] / Умберто Эко. Режим доступу: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Eko/Int\\_Gutten.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/Int_Gutten.php).

#### **- додаткова**

1. П'ять головних міфів про майбутнє журналістики [Електронний ресурс] // Медіаграмотність. Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.ua/material/2206>
2. Рендол Д. Універсальний журналіст / Д. Рендол. К.: Київська типографія, 2007. 152 с.

3. Соловйов М. С. Інтернет-варіант українського телебачення: форматподачі контенту [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2284>
4. Федорчук Л. Перспективні напрямки розвитку телебачення: інтернет-ТБ // Наукові записки Інституту журналістики, Т. 24. К., 2006. С. 240–245.
5. Чічановський А. А. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем : підручник / А. А. Чічановський, О. Г. Старіш. К.: Грамота, 2010. 567 с.

### **13. Інформаційні ресурси**

1. Prometheus <https://prometheus.org.ua/>
2. Cisco <https://www.netacad.com/ru>
3. Microsoft Imagine Academy <https://www.microsoft.com/en-us/education/imagine-academy>
4. Електронний навчальний портал НУБіП <https://elearn.nubip.edu.ua/>
5. Електронний навчальний комплекс <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4017>