

Міністерство освіти і науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка
Кафедра журналістики та нових медіа

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи



О. Б. Жильцов
2015 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАСОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ

напрямок підготовки 6.030301 «Журналістика»

галузь знань 0303 Журналістика та інформація

Гуманітарний інститут

2015– 2016 рік

Робоча програма «Сучасні інформаційні технології у масовій комунікації» для студентів за напрямом підготовки 6.030301 «Журналістика», галузі знань 0303 «Журналістика та інформація». – 2015, 38 с.

Укладач: *Росінська О.А.*, кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та нових медіа Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри журналістики та нових медіа

Протокол від “ 27” серпня 2015 року № 1

Завідувач кафедри журналістики та нових медіа  (Ю.В. Нестеряк)

“ _____ ” _____ 20__ року

Структура програми типова

Години відповідають робочому навчальному плану

Заступник директора Гуманітарного інституту з навчальної роботи

 (О.В. Єременко)

ЗМІСТ

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	5
СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	7
I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	7
II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	8
III. ПРОГРАМА	10
IV. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАСОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ»	11
V. ПЛАНИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ.....	13
VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ.....	21
МОДУЛЬНІ КОНТРОЛЬНІ РОБОТИ	23
VII. КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА	23
VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ.....	25
IX. МЕТОДИ НАВЧАННЯ	28
X. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ	28
XI. ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ.....	29
XII. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ДЖЕРЕЛА.....	31

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни «Сучасні інформаційні технології в масовій комунікації» є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено кафедрою журналістики та нових медіа на основі освітньо–професійної програми підготовки бакалаврів відповідно до навчального плану для цієї спеціальності денної форми навчання.

Робочу навчальну програму укладено згідно з вимогами кредитно–модульної системи організації навчання. Програма визначає обсяги знань, які повинні опанувати студенти відповідно до вимог освітньо–кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни «Сучасні інформаційні технології в масовій комунікації», необхідне методичне забезпечення, складові й критерії оцінювання навчальних досягнень студентів.

Представлений курс присвячений вивченню проблем та особливостей функціонування віртуального медіапростору, упровадження нових інформаційних технологій у масову комунікацію, блогосфери тощо.

Метою навчального курсу «Сучасні інформаційні технології в масовій комунікації» є формування правильних уявлень про масову комунікацію та журналістику, що посідає специфічне місце в житті суспільства і людини; осмислення журналістики як особливої форми освоєння інформаційного простору; формування логічного мислення як орієнтиру в самостійному сприйнятті інформації; формування емоційної культури особистості у ставленні до світу; розвиток умінь збору матеріалу й подання його в певному жанрі); формування базових етичних понять як умови сприйняття, аналізу, оцінки подій і текстів; формування вмій застосовувати набуті навички у практичній та професійній діяльності журналіста, редактора, медіа–спеціаліста.

Завдання курсу:

- опанувати web–технології пошукових робіт і навчитися знаходити необхідну інформацію, грамотно вибудовуючи послідовність (алгоритм) пошуку;
- навчитися доповнювати знайдену інформацію ілюстративним матеріалом і створювати фоторепортажі;
- навчитися підбирати матеріали для нотаток, інтерв'ю, нарисів, статей, оповідань, репортажів, рецензій;
- освоїти елементи статистичного аналізу для вивчення громадської думки, прогнозування подій чи явищ, побудови трендових кривих;
- підготувати презентацію власного тематичного матеріалу для представлення.

Місце курсу в системі соціальнокомунікативних, гуманітарних, філософських,

психологічних та інших дисциплін визначається його професійною орієнтованістю.

Міжпредметні зв'язки. Курс «Сучасні інформаційні технології в масовій комунікації» має безпосередній зв'язок з курсами «Масова комунікація та інформація», «Сучасні телекомунікації», «Основи журналістики», «Теорія і методика журналістської творчості», «Журналістська етика» використовує поняття інформатики, прикладної лінгвістики, теорії масової комунікації, комунікативної лінгвістики.

Під час лабораторних занять, індивідуальної навчально–дослідницької та самостійної роботи студенти **набувають відповідні вміння та навички.**

Вимоги до знань студентів.

Студент повинен знати :

- поняття про інтернет–простір;
- специфіку функціонування інтернет–ЗМІ;
- сучасні технології масової комунікації;
- механізм пошуку, сортування, зберігання й поширення інфомації;
- засади інтернет–журналістики.

Студент повинен володіти:

- технологіями пошуку, збору, обробки, перевірки інформації;
- технологіями статистичної обробки даних;
- технологіями створення журналістських текстів різних жанрів.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 120 год., із них 10 год. – лекції, 32 год. – лабораторні заняття, 42 год. – самостійна робота, 6 год. – модульні контрольні роботи, 30 – семестровий контроль.

Вивчення студентами навчальної дисципліни «Сучасні інформаційні технології в масовій комунікації» завершується підсумковим контролем – іспитом.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: інформаційні технології, комунікаційні технології, онлайн-журналістика, програмування.

Курс:	Напрямок, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS: <i>3,33 кредити</i></p> <p>Змістові модулі: <i>3 модулі</i></p> <p>Загальний обсяг дисципліни (години): <i>120 годин</i></p> <p>Тижневих годин: <i>4 години</i></p>	<p>Шифр та назва напрямку 6.030301 «Журналістика»</p> <p>Галузь знань: <i>0303 Журналістика та інформаційна діяльність</i></p> <p>Освітньо-кваліфікаційний рівень <i>«бакалавр»</i></p>	<p>Нормативна Рік підготовки: <i>1</i> Семестр: <i>1</i> Аудиторні заняття: <i>42 годин, з них:</i> Лекції (теоретична підготовка): <i>10 годин</i> Лабораторні заняття: <i>32 годин</i> Модульні контрольні роботи: <i>6 годин</i> Самостійна робота: <i>42 години</i> Вид контролю: <i>іспит – 30 годин</i></p>

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Разом	Лекцій	Лабораторних	Індивідуальна робота	Самостійна робота	Модульний контроль	Семестровий контроль
Змістовий модуль 1. Інформаційні технології як основа сучасної комунікації								
1.	Поняття про інформаційні та комунікаційні технології	8	2	2		4		
2.	Новітні технології у засобах масової комунікації	8	2	4		2		
	<i>Модульна контрольна робота №1</i>	2					2	
	Разом	18	4	6		6	2	
Змістовий модуль 2. Комунікаційні технології в інформаційному просторі								
3.	Сучасні тенденції розвитку масової комунікації	10	2	4		4		
4.	Використання сучасних технологій у процесі журналістської творчості	10		6		4		
5.	Пропагандистські, рекламні, брендові, іміджеві технології в масовій комунікації	8	2	2		4		
6.	Технології інформаційних воєн	6		2		4		
	<i>Модульна контрольна робота № 2</i>	2					2	
	Разом	36	4	14		16	2	
Змістовий модуль 3. Практичне застосування нових інформаційних технологій у масовій комунікації								
7.	Нові технології збору, зберігання та поширення інфомації	8	2	2		4		
8.	Інтерактивність, дигіталізація і конвергенція як найважливіші процеси нових медіа	6		2		4		
9	Нові інформацийні технології й структурні зміни глобальних інформаційних потоків	6		2		4		
10	Небезпеки впровадження нових інформаційних технологій	4		2		2		
11	Нові підходи до надання інформації в онлайн-мережах	4		2		4		
12	Методи й форми роботи журналіста в	4		2		2		

	онлайнових ЗМІ							
	<i>Модульна контрольна робота № 3</i>	2					2	
	Разом	36	2	12		20	2	
	Разом за навчальним планом	120	10	32		42	6	30

III. ПРОГРАМА

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА СУЧАСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Лекція 1. Поняття про інформаційні та комунікаційні технології (2 год.)

Основні поняття про комунікацію, комунікаційні технології, структуру та історію формування понять. Інформаційні технології та їх роль у процесі масової комунікації. Вплив інформаційних технологій на масову комунікацію.

Інформаційна концепція інтелектуалізації суспільства. Інтелектуальний потенціал соціуму. Поняття «сінтелектики». «Інтелект особистості», «суспільний інтелект», «інтелект нації». Інтелектуалізація як процес самоорганізації та системної інформаційної взаємодії. Поняття «комунікаційна технологія» та «інформаційна технологія». Соціальне і комунікаційне середовище. Комунікативний простір. Історичні етапи розвитку комунікаційних технологій. Комунікаційні технології в постіндустріальному суспільстві. Типи сучасних комунікаційних технологій.

Лекція 2. Новітні технології у масовій комунікації (2 год.)

Роль мережі Інтернет у розвитку масової комунікації. Сучасні ЗМІ та віртуальний простір. Роль сучасних інформаційних технологій у журналістських розслідуваннях.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

Комунікаційні технології в інформаційному просторі

Лекція 3. Сучасні тенденції розвитку масової комунікації (2 год.)

Розвиток нового часопростору спілкування – Інтернету, його вплив на принципи існування інформаційного простору, розвиток нових технологій. Функції інтернету.

Лекція 4. Пропагандистські, рекламні, брендові, іміджеві технології в масовій комунікації (2 год.)

Поняття іміджу. Типи і функції іміджу. Комунікативні характеристики корпоративного іміджу. Методи побудови іміджу. Етапи створення корпоративного іміджу. Особливості процесу іміджування та просування іміджу. Специфіка діяльності іміджмейкера. Іміджеві технології в контексті паблік рилейшнз.

Визначення реклами. Специфіка рекламного дискурсу. Схема рекламної комунікації. Моделі сучасної реклами. Основні функції взаємодії засобів масової комунікації і реклами. Стратегії і ресурси реклами. Логіка рекламного тексту. Текстові характеристики рекламних звернень. Прихована реклама. Політична реклама.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3.

Практичне застосування інформаційних технологій у масовій комунікації

Лекція 5. Нові технології збору, зберігання та поширення інформації (2 год).

IV. НАВЧАЛЬНО–МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАСОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ»

Разом: 120 год., з них лекційних – 10 год., лабораторні заняття – 32 год., модульний контроль – 6 год., самостійна робота – 42 год., семестровий контроль – 30 год., підсумковий контроль – іспит.

Тиждень	I		II	
Модулі	Змістовий модуль I			
Назва модуля	Інформаційні технології як основа масової комунікації			
Кількість балів за модуль	79 балів			
Лекції	1		2	
Дати				
Теми лекцій	<i>Поняття про інформаційні та комунікаційні технології – 1б.</i>		<i>Новітні технології у засобах масової комунікації – 1б.</i>	
Теми лабораторних занять	<i>Поняття про інформаційні та комунікаційні технології – 10 + 1б.</i>		<i>Новітні технології у засобах масової комунікації – 10 + 1б.</i>	
Самостійна робота	15 балів		15 балів	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			
Тиждень	III	IV	V	VI
Модулі	Змістовий модуль II			
Назва модуля	Комунікаційні технології та інформаційний простір			
Кількість балів за модуль	131 бал			
Лекції	3		4	
Дати				
Теми лекцій	<i>Сучасна тенденції розвитку масової комунікації – 1б.</i>		<i>Пропагандистські, рекламні, брендові, іміджеві технології в масовій комунікації – 1б.</i>	
Теми лабораторних занять	<i>Сучасна тенденції розвитку масової комунікації – 10 + 1б (x2).</i>		<i>Використання сучасних технологій у журналістській творчості – 10 + 1б (x3).</i>	
			<i>Пропагандистські, рекламні, брендові, іміджеві технології в масовій комунікації – 10 + 1б.</i>	
			<i>Технології інформаційних воєн – 10 + 1б.</i>	
Самостійна робота	15 балів		15 балів	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2			

контролю	(25 балів)		
Тиждень	VII	VIII	IX
Модулі	Змістовий модуль III		
Назва модуля	Практичне застосування нових інформаційних технологій у масовій комунікації		
Кількість балів за модуль	182 бали		
Лекції	7	8	9
Дати			
Теми лекцій	<i>Нові технології збору, зберігання та поширення інфомації – 1б.</i>		
Теми лабораторних занять	<i>Нові технології збору, зберігання та поширення інфомації – 10 + 1б.</i>	<i>Інтерактивність, дигіталізація і конвергенція як найважливіші процеси нових медіа – 10 + 1б.</i>	<i>Нові інфоримаційні технології й структурні зміни глобальних інформаційних потоків – 10 + 1б.</i>
	<i>Небезпеки впровадження нових інформаційних технологій – 10 + 1б.</i>	<i>Нові підходи до надання інформації в онлайн-мережах – 10 + 1 б</i>	<i>Методи й форми роботи журналіста в онлайн-ЗМІ 10 + 1 б</i>
Самостійна робота	15 балів	15 балів	15 балів
	15 балів	15 балів	15 балів
ІНДЗ			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 (25 балів)		
Підсумковий контроль	Іспит – 40 балів		

V. ПЛАНИ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАНЯТЬ

1. Перед виконанням лабораторної роботи уважно ознайомтеся з повним текстом завдання. Якщо виникли питання по тексту завдання, уточніть їх у викладача.

2. Якщо практичне завдання передбачає відповіді на питання, то текст відповіді необхідно сформулювати самостійно, тобто «своїми словами». Не допускається використання в якості відповіді тільки цитат з веб–сайтів або інших джерел.

3. Оформлення цитат: У разі прямого цитування коротких фраз необхідно виділяти текст лапками і в дужках вказувати джерело (тобто звідки взята цитата). Джерело цитати вказується у вигляді цифри, вкладеної в квадратні дужки; ця цифра посилається на запис у переліку джерел. Перелік джерел, використовуваних у звіті, наводиться в кінці звіту і оформляється як список літератури. Якщо цитата наводиться зі статті або книги, то опис джерела оформлюється за науковим зразком, якщо цитата взята з сайту, то вказується повна адреса веб–сторінки і дата перегляду цієї сторінки.

4. Файл звіту повинно починатися з прізвища студента (або студентів, якщо робота виконувалася спільно) і має таку структуру: 1. Прізвище. 2. Номер роботи. 3. Розширення файлу.

У разі виконання робіт групами послідовність прізвищ у назвах звітів бажано зберігати незмінною.

5. При оформленні звіту необхідно використовувати такий шрифт: Times New Roman, звичайний, розмір 12, міжрядковий інтервал – одинарний.

7. Кожен звіт (крім презентації) має починатися з такої шапки всередині.

1. Група. 2. ПІБ студентів. 3. Виконаний варіант. 4. Дата першої здачі

Змістовий модуль I

Інформанійні технології як основа сучасної комунікації

Лабораторне заняття 1. Поняття про інформаційні та комунікаційні технології (2 год).

1. Визначення поняття «інформаційні технологія».
2. Інформаційні технології в комунікації.
3. Походження терміну «соціальна технологія».
4. Визначення поняття «комунікаційна технологія».
5. Комунікаційні технології в системі соціальних технологій.
6. Історія та сучасний стан розвитку комунікаційних технологій.
7. Комунікаційні технології в контексті глобалізації.
8. Комунікаційні технології та проблеми інтелектуалізації суспільства.
9. Комунікаційні технології в інформаційному просторі.

Виконати практично:

(див. методичні рекомендації)

Література:

1. Амзин А. Новостная интернет–журналистика / А. Амзин. – М. : Аспект–Пресс, 2011. – 144 с.

2. Іщук С. М. Інтернет–комунікації в контексті культури інформаційного суспільства : автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.04 / С. М. Іщук. – К. : МОНмолодьспорту Укр.; Нац. авіаційний ун–т, 2012. – 20 с.
3. Калмыков А. А. Інтернет–журналістика / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М. : Юнити–Дана, 2005. – 384 с.
4. Краузе І. Практичний підхід до захисту прав інтелектуальної власності засобами масової інформації в Інтернеті / І. Краузе // Інтелектуальна власність. – 2011. – № 7. – С. 36–41.
5. Лукина М. М. СМІ в просторстві Інтернета / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева. – М. : МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с.
6. Мацкевич О. Правовий статус інтернет–ЗМІ / О. Мацкевич // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2011. – № 1. – С. 28–36.
7. Павликова М. Сетевые технологии и журналистика / М. Павликова. – М. : РИП–холдинг, 2001. – 99 с.
8. Потятиник Б. В. Інтернет–журналістика / Б. В. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 246 с.
9. Сидоров М. Інтернет як засіб соціальної комунікації та соціального впливу / М. Сидоров, Д. Табаков // Політичний менеджмент. – 2008. – № 4. – С. 119–125.

Лабораторне заняття 2. Новітні технології у засобах масової комунікації (Базовий інструментарій конвергентного інтернет–журналіста)

1. Засоби комунікації (e–mail, Skype, СМ).
2. Онлайн–офіс.
3. Інструменти систематизації інформації.
4. Інструменти планування роботи.

Виконати практично: (див. методичні рекомендації)

Література:

1. Затулий А.И. Виртуальность как социокультурный феномен: Аретей и аретенты / А.И. Затулий, Т.А.Бочарова. – Хабаровск, Изд–во Тихоокеан. гос. ун–та, 2010. – 109 с.
2. Вебер, Л. Эффективный маркетинг в Интернете: социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Ларри Вебер; пер. с англ. Елены Лалаян. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 311 с.
3. Максимюк, К.С. Новый интернет для бизнеса: блоги, социальные сети, форумы, видеохостинги / К. Максимюк. – М.: Эксмо, 2010. – 189 с.
4. Попов, А.В. Блоги. Новая сфера влияния / А. Попов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 327 с.
5. Флинн, Н. Корпоративные блоги: правила поведения / Нэнси Флинн; пер. с англ. Юлии Корнилович. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 315 с.
6. Герасевич, В.А. Блоги и RSS: интернет–технологии нового поколения / В. Герасевич. – СПб.: БХВ–Петербург, 2006. – 240 с.

Змістовий модуль II

Комунікаційні технології та інформаційний простір

Лабораторне заняття 3. Сучасні тенденції розвитку масової комунікації (4 год.)

1. Дайте визначення понять «соціальна комунікація, «соціальна технологія», «комунікаційна технологія».
2. Назвіть основні типи соціальних і комунікаційних технологій.
3. Як ви розумієте процеси соціалізації особистості, колективу?
4. Яким чином пов'язані між собою комунікативні дії з процесами самоорганізації та інтелектуалізації суспільства ?
5. Ваше розуміння терміну «комунікативне середовище».
6. Розкрийте поняття «альтернативне комунікативне середовище»

Виконати практично: (див. методичні рекомендації)

Література:

1. Брайант, Д. Основы воздействия СМИ : пер. с англ. / Д. Брайант, С. Томпсон. – М.: Вильямс, 2004. – 432 с.
2. Вайз, Д. Google : прорыв в духе времени / Дэвид Вайз, Макс Малсид. – М.: Эксмо, 2007. – 361 с. (Высший класс).
3. Галеева, И. С. Интернет как инструмент библиографического поиска / И. С. Галеева ; науч. ред. М. И. Вершинин. – СПб. : Профессия, 2007. – 245 с. (Библиотека).
4. Гусев, В. С. Поиск в Internet : самоучитель / В. С. Гусев. – М. : Вильямс, 2006. – 336 с.

Лабораторне заняття 4. Використання сучасних технологій у журналістській творчості (6 год.)

1. Інтернет як сучасна пошукова система.
2. Технологія електронного листування, розсилок.
3. Способи диференціації інформації в процесі її збирання та аналізу.

Виконати практично: (див. методичні рекомендації)

Література:

1. Затулий А.И. Виртуальность как социокультурный феномен: Аретя и аретенты / А.И. Затулий, Т.А.Бочарова. – Хабаровск, Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2010. – 109 с.
2. Вебер, Л. Эффективный маркетинг в Интернете: социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Ларри Вебер; пер. с англ. Елены Лалаян. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 311 с.

3. Максимюк, К.С. Новый интернет для бизнеса: блоги, социальные сети, форумы, видеохостинги / К. Максимюк. – М.: Эксмо, 2010. – 189 с.
4. Попов, А.В. Блоги. Новая сфера влияния / А. Попов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 327 с.
5. Флинн, Н. Корпоративные блоги: правила поведения / Нэнси Флинн; пер. с англ. Юлии Корнилович. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 315 с.
6. Герасевич, В.А. Блоги и RSS: интернет–технологии нового поколения / В. Герасевич. – СПб.: БХВ–Петербург, 2006. – 240 с.

Лабораторне заняття 5. Пропагандистські, рекламні, брендові, іміджеві технології в масовій комунікації

1. Дайте визначення поняття «імідж».
2. Що таке «внутрішній» і «зовнішній» іміджі ?
3. Розкрийте сутність феномену «Public appearance».
4. Назвіть найдієвіші іміджеві методи і прийоми.
5. Як співвідносяться імідж і медіа–формат?
6. Яке значення стереотипів у формуванні іміджу політичного лідера ?
5. В чому особливість соціальної реклами ?
7. Поясніть терміни «бренд» і «брендінг».

Виконати практично: (див. методичні рекомендації)

Література:

1. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. – М.: Рефл.–бук; К.: Ваклер. – 2001. – 704 с.
2. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – С.Пб., 1996.
3. Гуревич П. С. Приключения имиджа: Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия. – М.: Искусство, 1991. – 221 с.
4. Данильчук Л. А. Основы имиджа и этикета: Учеб. пособ. – К.: Кондор, 2004. – 234 с.
5. Имидж лидера: Психологическое пособие для политиков. – М., 1994.

Лабораторне заняття 6. Технології інформаційних воєн.

1. Поняття інформаційної війни.
2. Завдання інформаційної війни.
3. Основні технології інформаційної війни.
4. Психологія онлайнової інформаційної війни: боти, троллінг.

Виконати практично: (див. методичні рекомендації)

Література:

1. Афанасьев В. Соціальна інформація та управління суспільством. – М.: Знание, 2005, – 119 с.
2. Блек С. Паблік рилейшнз. Що це таке? М.: Наука, 2007, – 256 с.

3. Вершинін М.С. Політична комунікація в інформаційному суспільстві. М.: Ягуар, 2006, – 256 с.
4. Звіринців А.Б. Комунікаційний менеджмент: Робоча книга менеджера PR: 2–е вид., Испр. – СПб.: Союз, 2007, – 288с.
5. Каландара К.Х. Управління суспільною свідомістю. Роль комунікативних процесів. М.: Наука, 2006, – 154 с.
6. Крутских А., Федоров А. Про міжнародної інформаційної безпеки. М.: Слово, 2008, – 234 с.
7. Малькова Т.В. Маси. Еліта. Лідер. М.: Яуар, 2006, – 232 с.
8. Масова інформація в радянському промисловому місті: Досвід комплексного соціологічного дослідження / Під загальною редакцією Б.А. Грушина, Л.А. Оконнікова. – М.: 2006, – 347 с.
9. Почепцов Г.Г. Інформаційні війни. М.: ВЦ Гарант, 2008, – 453 с.
10. Расторгуєв С.П. Інформаційна війна. М.: Наука, 2008, – 235 с.
11. Рютінгер Р. Культура підприємництва. – М.: Лідер, 2006, 672 с.
12. Тоффлер Е. Третя хвиля. М.: Пале, 2007, – 458 с.
13. Танскотт Д. Електронно–цифрове суспільство. Плюси і мінуси мережевого інтелекту. М.: Прогрес, 2006, – 673 с.
14. Техніка дезінформації та обману. – М.: Слово, 2008, – 139 с.
15. Фірсов Б. Телебачення очима соціолога. – М. Слово, 2008, – 418 с.
16. Хаббард Л.Р. Проблеми роботи. – СПб.: Знання, 2008, – 342 с.
17. Хейне П. Економічний образ мислення. – М.: Слово, 2006, – 457 с.

Змістовий модуль III

Практичне застосування нових інформаційних технологій у масовій комунікації

Лабораторне заняття 7. Нові технології збору, зберігання та поширення інформації

1. Пошукові системи й пошукові машини.
2. Формування запиту.
3. Форми зберігання інформації на зовнішніх носіях.
4. Розсилки та інші способи поширення інформації.

Виконати практично: (див. методичні рекомендації)

Література:

1. Затулий А.И. Виртуальность как социокультурный феномен: Аретя и аретенты / А.И. Затулий, Т.А.Бочарова. – Хабаровск, Изд–во Тихоокеан. гос. ун–та, 2010. – 109 с.
2. Вебер, Л. Эффективный маркетинг в Интернете: социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Ларри Вебер; пер. с англ. Елены Лалаян. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 311 с.
3. Максимюк, К.С. Новый интернет для бизнеса: блоги, социальные сети, форумы, видеохостинги / К. Максимюк. – М.: Эксмо, 2010. – 189 с.

4. Попов, А.В. Блоги. Новая сфера влияния / А. Попов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 327 с.
5. Флинн, Н. Корпоративные блоги: правила поведения / Нэнси Флинн; пер. с англ. Юлии Корнилович. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 315 с.
6. Герасевич, В.А. Блоги и RSS: интернет–технологии нового поколения / В. Герасевич. – СПб.: БХВ–Петербург, 2006. – 240 с.

Лабораторне заняття 8. Інтерактивність, дигіталізація і конвергенція як найважливіші процеси нових медіа

1. Коли з'явилися перші електронні версії традиційних ЗМІ в мережі?
2. У якому році комп'ютери були вперше об'єднані в єдину мережу та яку назву вона отримала?
3. Що таке віртуальна реальність?
4. Що таке гіпертекстуальність?
5. Що таке інтерактивність?
6. Що таке інформаційне суспільство та які його основні характеристики?
7. Що таке мультимедійність?
8. Яке місце журналістики в інформаційному суспільстві?

Виконати практично: (див. методичні рекомендації)

Література:

1. Затулий А.И. Виртуальность как социокультурный феномен: Аретей и аретенты / А.И. Затулий, Т.А.Бочарова. – Хабаровск, Изд–во Тихоокеан. гос. ун–та, 2010. – 109 с.
2. Вебер, Л. Эффективный маркетинг в Интернете: социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Ларри Вебер; пер. с англ. Елены Лалаян. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 311 с.
3. Максимюк, К.С. Новый интернет для бизнеса: блоги, социальные сети, форумы, видеохостинги / К. Максимюк. – М.: Эксмо, 2010. – 189 с.
4. Попов, А.В. Блоги. Новая сфера влияния / А. Попов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 327 с.
5. Флинн, Н. Корпоративные блоги: правила поведения / Нэнси Флинн; пер. с англ. Юлии Корнилович. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 315 с.
6. Герасевич, В.А. Блоги и RSS: интернет–технологии нового поколения / В. Герасевич. – СПб.: БХВ–Петербург, 2006. – 240 с.

Лабораторне заняття 9. Нові інформаційні технології й структурні зміни глобальних інформаційних потоків

1. Комунікаційна мережа та її особливості.
2. Типи інформаційних мереж.
3. Соціальні закони в інформаційно–комунікаційних мережах.

Виконати практично: (див. методичні рекомендації)

Література:

1. Затулий А.И. Виртуальность как социокультурный феномен: Аретей и аретенты / А.И. Затулий, Т.А.Бочарова. – Хабаровск, Изд–во Тихоокеан. гос. ун–та, 2010. – 109 с.

2. Вебер, Л. Эффективный маркетинг в Интернете: социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Ларри Вебер; пер. с англ. Елены Лалаян. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 311 с.
3. Максимюк, К.С. Новый интернет для бизнеса: блоги, социальные сети, форумы, видеохостинги / К. Максимюк. – М.: Эксмо, 2010. – 189 с.
4. Попов, А.В. Блоги. Новая сфера влияния / А. Попов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 327 с.
5. Флинн, Н. Корпоративные блоги: правила поведения / Нэнси Флинн; пер. с англ. Юлии Корнилович. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 315 с.
6. Герасевич, В.А. Блоги и RSS: интернет–технологии нового поколения / В. Герасевич. – СПб.: БХВ–Петербург, 2006. – 240 с.

Лабораторне заняття 10. Небезпеки впровадження нових інформаційних технологій

1. Інформаційно–психологічна безпека особистості.
2. Інформаційна зброя.
3. Інформаційне протиборство.

Виконати практично: (див. методичні рекомендації)

Література:

1. Шаньгин, В.Ф. Комплексная защита информации в корпоративных системах: учеб. пособие для вузов (направление 230100 «Информатика и вычислительная техника») / В.Ф. Шаньгин. – М.: ИНФРА. – М, 2010. – 592 с.
2. Зайцев, А.П. Техническая защита информации: учеб. для вузов (спец. 090100 «Информационная безопасность») / А.П. Зайцев, А.А. Шелупанов и др.; под ред.: А.П. Зайцева, А.А. Шелупанова. – М.: Горячая линия–Телеком, 2009. – 616 с.
3. Кузнецов А.А. Защита деловой информации: секреты безопасности / А.А. Кузнецов. – М.: Экзамен, 2008. – 256 с.
4. Арутюнов, В.В. Защита информации: учеб.–метод. пособие / В.В. Арутюнов. – М.: Либерей–Бибинформ, 2008. – 56 с.
5. Краковский, Ю.М. Информационная безопасность и защита информации: учеб. пособие для вузов (спец. «Информационные системы и технологии») / Ю.М. Краковский. – Ростов н/Дону: МарТ, 2008. – 288 с.
6. Мельников, В.П. Информационная безопасность и защита информации: учеб. пособие для вузов (спец. 230201 «Информационные системы и технологии») / В.П. Мельников, С.А. Клейменов, А.М. Петраков; под ред. С.А. Клейменова. – М.: Academia, 2007. – 336 с.

Лабораторне заняття 11. Нові підходи до надання інформації в онлайнних мережах

1. Особливості підготовки онлайнного тексту.
2. Форма і зміст журналістських інтернет–матеріалів.
3. Використання гіпертекстових посилань та мультимедійних технологій.
4. Інтерактивна складова журналістських інтернет–публікацій.
5. Постать автора в інформаційному суспільстві.
6. Анонімність інтернет–автора: переваги та недоліки.
7. Перепостинг журналістських матеріалів в Інтернеті.
8. Захист авторських прав в інтернет–журналістиці.

Виконати практично: (див. методичні рекомендації)

Література:

1. Брайант, Д. Основы воздействия СМИ : пер. с англ. / Д. Брайант, С. Томпсон. – М.: Вильямс, 2004. – 432 с.
2. Вайз, Д. Google : прорыв в духе времени / Дэвид Вайз, Макс Малсид. – М.: Эксмо, 2007. – 361 с. (Высший класс).
3. Галеева, И. С. Интернет как инструмент библиографического поиска / И. С. Галеева ; науч. ред. М. И. Вершинин. – СПб. : Профессия, 2007. – 245 с. (Библиотека).
4. Гусев, В. С. Поиск в Internet : самоучитель / В. С. Гусев. – М. : Вильямс, 2006. – 336 с.

Лабораторне заняття 12. Методи й форми роботи журналіста в онлайнних ЗМІ

Лабораторне заняття проходить у вигляді «Круглого столу», на якому обговорюються такі питання:

1. Техніка, що дозволяє журналісту працювати практично в будь-яких умовах. Співмірність пристроїв один з одним; різноманітні Flash-карти пам'яті. Віртуальне робоче місце журналіста.
2. Віртуальні і невіртуальні інформаційні ресурси. Екоетика Інтернету.
3. Алгоритмізація пошуку необхідної інформації. Спеціалізовані пошукові механізми. Каталоги та бази даних наукової інформації. Пошук наукової інформації в мережі Internet. Електронні бібліотеки.
4. Правила роботи з поштовими розсилками, форумами і конференціями. Фільтри новин.
5. Робота зі статистичними даними, що використовуються журналістом в роботі. Елементи статистичного аналізу, використані в матеріалах.
6. Журналістський твір як тип тексту. Підготовка замітки, інтерв'ю, репортаж, фоторепортажу, нарису, статті, розповіді, рецензії.

Виконати практично: (див. методичні рекомендації)

Література:

7. Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики: учеб. пособие для вузов / О.Р. Самарцев; под общ. ред. Я.Н. Засурского. – М.: Гаудеамус, 2009. – 528 с.
8. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. для вузов (спец. «Журналистика») / Г.В. Лазутина. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 240 с.
9. Мельник Г.С. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие для вузов Ч.1 : Краткий курс лекций. Ч.2: Хрестоматия / Г.С. Мельник, А.Н. Тепляшина. – М. : Питер, 2006. – 272 с.
10. Черникова Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие для вузов (спец. 021400 «Журналистика») / Е.В. Черникова. – М.: Гардарики, 2005. – 288 с.
11. Душенко К.В. Универсальный цитатник политика и журналиста: 6000 цитат о политике, правосудии и журналистике / К.В. Душенко. – М. : Эксмо, 2004. – 784с.

12. Основы творческой деятельности журналиста.: учеб. для вузов (спец. «Журналистика»); [ред.–сост. С.Г. Корконосенко]. – СПб. : СПБИНВЭСЭП, 2000. – 272с.

13. Мастерство журналиста; Под ред.В.М.Горохова,В.Д.Пельта. – М. : Изд–во Моск.ун–та, 1977 . – 263 с.

14. Попов В.Д. Социальная информациология и журналистика.: учеб. пособие для вузов / В.Д. Попов. – М. : Изд–во РАГС, 2007.– 336 с.

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

Інформанійні технології як основа сучасної комунікації

Тема 1. Поняття про інформаційні та комунікаційні технології (2 год).

1. Визначення поняття «інформаційні технологія». Походження терміну «соціальна технологія».
2. Визначення поняття «комунікаційна технологія».
3. Комунікаційні технології в системі соціальних технологій.
4. Історія та сучасний стан розвитку комунікаційних технологій.
5. Комунікаційні технології в контексті глобалізації..
6. Комунікаційні технології та проблеми інтелектуалізації суспільства.
7. Комунікаційні технології в інформаційному просторі.

Тема 2. Новітні технології у засобах масової комунікації (4)

Аналіз літератури з питань інформаційних технологій.

Змістовий модуль II

Комунікаційні технології та інформаційний простір

Тема 3. Сучасні тенденції розвитку масової комунікації (4 год.)

1. Дайте визначення понять «соціальна комунікація, «соціальна технологія», «комунікаційна технологія».
2. Назвіть основні типи соціальних і комунікаційних технологій.
3. Як ви розумієте процеси соціалізації особистості, колективу?
4. Яким чином пов'язані між собою комунікативні дії з процесами самоорганізації та інтелектуалізації суспільства ?
5. Ваше розуміння терміну «комунікативне середовище».
6. Розкрийте поняття «альтернативне комунікативне середовище»

Тема 4. Використання сучасних технологій у журналістській творчості (6 год).

Виконання практичних завдань з аналізу онлайн–засобів масової інформації, добір матеріалу.

Тема 5. Пропагандистські, рекламні, брендові, іміджеві технології в масовій комунікації

Складання плану іміджевого «просування» певної особистості.

Тема 6. Технології інформаційних воєн.

Аналіз законів, технології інформаційних воєн, добирання яскравого ілюстративного матеріалу.

Змістовий модуль III

Практичне застосування нових інформаційних технологій у масовій комунікації

Тема 7. Нові технології збору, зберігання та поширення інформації

Аналіз літератури з питання, освоєння практичних навичок роботи з інформацією.

Тема 8. Інтерактивність, дигіталізація і конвергенція як найважливіші процеси нових медіа

Аналіз літератури з питання, освоєння практичних навичок роботи з інформацією.

Тема 9. Нові інформаційні технології й структурні зміни глобальних інформаційних потоків

Аналіз літератури з питання, освоєння практичних навичок роботи з інформацією.

Тема 10. Небезпеки впровадження нових інформаційних технологій

Аналіз літератури з питання, освоєння практичних навичок роботи із захисту інформації.

Тема 11. Нові підходи до надання інформації в онлайнних мережах

Аналіз літератури з питання, освоєння практичних навичок роботи з інформацією.

Тема 12. Методи й форми роботи журналіста в онлайнних ЗМІ

Схарактеризувати специфіку роботи в онлайнні.

МОДУЛЬНІ КОНТРОЛЬНІ РОБОТИ

Завдання для модульної контрольної 1

Варіант 1

1. Схарактеризувати основні інформаційні технології в сфері медіа.
2. Складіть програму формування онлайн–видання або сайту студентів спеціальності «Журналістика» КУГ

Варіант 2.

1. Схарактеризуйте історію та сучасний стан розвитку комунікаційних технологій.
2. Складіть програму формування онлайн–видання або сайту студентів спеціальності «Журналістика» КУГ

Завдання для модульної контрольної роботи 2

Скласти програму проведення PR–акції (кампанії) під час виборчої кампанії.

Завдання для модульної контрольної 3

Описати технологію взаємодії онлайн та друкованої версії видання.

Таблиця 6. 1

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль I.			
Інформанійні технології як основа сучасної комунікації			
Тема 1. Поняття про інформаційні та комунікаційні технології – 4 год.	Опрацювання літератури, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фах. вид.))	I
Тема 2. Новітні технології у засобах масової комунікації – 4 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фах. вид.))	II
Змістовий модуль II			
Комунікаційні технології та інформаційний простір			

Тема 3. Сучасні тенденції розвитку масової комунікації – 4 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фак. вид.))	III
Тема 4. Використання сучасних технологій у журналістській творчості – 4 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фак. вид.))	IV
Тема 5. Пропагандистські, рекламні, брендові, іміджеві технології в масовій комунікації – 4 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фак. вид.))	V
Тема 6. Технології інформаційних воєн – 4 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фак. вид.))	VI
Змістовий модуль III			
Практичне застосування нових інформаційних технологій у масовій комунікації			
Тема 7. Нові технології збору, зберігання та поширення інформації – 3 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фак. вид.))	VII
Тема 8. Інтерактивність, дигіталізація і конвергенція як найважливіші процеси нових медіа – 3 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фак. вид.))	VIII
Тема 9. Нові інформаційні технології й структурні зміни глобальних інформаційних потоків – 3 год.	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фак. вид.))	IX
Тема 10. Небезпеки впровадження нових інформаційних технологій	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фак. вид.))	X

Тема 11. Нові підходи до надання інформації в онлайн-мережах	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фак. вид.))	XI
Тема 12. Методи й форми роботи журналіста в онлайн-ЗМІ	Опрацювання літератури, лабораторне заняття, модульна контрольна робота, іспит	15 (5 (д/з)+10 (опрац. фак. вид.))	XII
<i>Разом: 42 год.</i>		<i>Разом: 180 балів</i>	

VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Сучасні інформаційні технології в масовій комунікації» оцінюються за модульно–рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип коопераційної звітності, обов’язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально–методичної карти (п. VI), де зазначено види контролю й принципи їх оцінювання. Систему переведення рейтингових балів у національну та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 8. 1, 8. 2.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.
- **Методи письмового контролю:** модульне письмове тестування.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Таблиця 8. 1

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1.	Відвідування лекцій	1	5	5
2.	Відвідування практичних (лабораторних) занять	1	16	16
3.	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	10	16	160
4.	Робота на лабораторному занятті (практичному) занятті, в т. ч. доповідь, дискусія, виступ, повідомлення	10	16	160
5.	Опрацювання фахових видань	5	16	80
6.	Модульна контрольна робота	25	3	75
максимальна кількість балів				

Коефіцієнт: $496: 60=8,2$

Таблиця 8.2

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90–100	A	відмінно	Зараховано
82–89	B	добре	
75–81	C		
65–74	D	задовільно	
60–68	E		
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням

			дисципліни
--	--	--	------------

Загальні критерії оцінювання успішності студентів за національною шкалою оцінки («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») подано у табл. 8. 3.

Таблиця 8. 3

Загальні критерії оцінювання навчальних досягнень студентів

Оцінка	Критерії оцінювання
«відмінно»	ставиться за повні та міцні знання матеріалу в заданому обсязі, вміння вільно виконувати практичні завдання, передбачені навчальною програмою; за знання основної та додаткової літератури; за вияв креативності у розумінні і творчому використанні набутих знань та умінь.
«добре»	ставиться за вияв студентом повних, систематичних знань із дисципліни, успішне виконання практичних завдань, засвоєння основної та додаткової літератури, здатність до самостійного поповнення та оновлення знань. Але у відповіді студента наявні незначні помилки.
«задовільно»	ставиться за вияв знання основного навчального матеріалу в обсязі, достатньому для подальшого навчання і майбутньої фахової діяльності, поверхову обізнаність з основною і додатковою літературою, передбаченою навчальною програмою; можливі суттєві помилки у виконанні практичних завдань, але студент спроможний усунути їх із допомогою викладача.
«незадовільно»	виставляється студентові, відповідь якого під час відтворення основного програмового матеріалу поверхова, фрагментарна, що зумовлюється початковими уявленнями про предмет вивчення. Таким чином, оцінка «незадовільно» ставиться студентові, який неспроможний до навчання чи виконання фахової діяльності після закінчення ВНЗ без повторного навчання за програмою відповідної дисципліни.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу Студента на семінарських та (чи) практичних заняттях, виконання самостійної роботи, складання модульних контрольних робіт та інших видів контролю.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в режимі комп'ютерної діагностики або з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях,

під час виконання самостійної та індивідуальної навчально–дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності

ІХ. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально–пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

- *Словесні:* лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні:* спостереження, ілюстрація, демонстрація.
- *Практичні:* аналіз.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; виконання індивідуальних навчальних завдань.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально–пізнавальної діяльності:

1) Методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

Х. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт);
- ✓ завдання для ректорського контролю знань студентів з навчальної дисципліни «Сучасні інформаційні технології масової комунікації».

XI. ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ

- 1) Схарактеризуйте сучасне інформаційне суспільство, комп'ютерні технології та тенденції їх розвитку, сучасні медіасистеми.
- 2) Дайте поняття комп'ютерної безпеки.
- 3) Назвіть способи вирішення потенційних проблем, пов'язаних з вірусної загрозою і іншими аспектами комп'ютерної безпеки.
- 4) Дайте поняття алгоритмізації пошуку.
- 5) Назвіть спеціалізовані пошукові механізми.
- 6) Проаналізуйте пошук наукової інформації в мережі Internet.
- 7) Назвіть етапи пошуку інформації для наукового дослідження, роботи з інформацією.
- 8) Проаналізуйте технології збору інформації.
- 9) Схарактеризуйте комп'ютерні технології в теоретичних і експериментальних дослідженнях.
- 10) Ідентифікуйте прикладні комп'ютерні технології в діяльності журналіста.
- 11) Назвіть програмні засоби для вимірювання аудиторії і створення сучасного медіапродукта.
- 12) Дайте визначення мультимедіа–контенту та особливостей роботи з ним.
- 13) Дайте визначення понять «соціальна комунікація», «соціальна технологія» і «комунікаційна технологія».
- 14) Назвіть основні види соціальних і комунікаційних технологій.
- 15) Розкрийте Ваше розуміння процесу соціалізації особистості, колективу.
- 16) Поясніть, як пов'язані між собою процеси комунікації і соціалізації суспільства.
- 17) Покажіть взаємозв'язок комунікаційних процесів з механізмами інтелектуалізації і самоорганізації суспільства.
- 18) Розкрийте Ваше розуміння феномену «комунікативне комунікативне середовище» та його значення для процесу соціалізації суспільства.
- 19) Дайте поняття пропаганди та історії її розвитку.
- 20) Поясніть ваше розуміння пропагандистська комунікації: структура, функції.
- 21) Назвіть комунікативні моделі (теорії) пропаганди.
- 22) Схарактеризуйте сучасні технології і методи пропаганди.
- 23) Розкрийте взаємозв'язок психології й техніки вербальної пропаганди.
- 24) Схарактеризуйте паблік рілейшнз як комунікативна дисципліна: поняття, мета і завдання.
- 25) Проаналізуйте особливості менеджменту в галузі ПР.
- 26) Схарактеризуйте планування та реалізація ПР–програми (ПР–кампанії).
- 27) Проаналізуйте мас–медіа як основний інструмент ПР–кампанії.
- 28) Дайте визначення поняття «спін–доктор»: напрями і методи діяльності.
- 29) Дайте поняття іміджу. Типи іміджів
- 30) Назвіть складові іміджу (імідж особи, корпоративний імідж).
- 31) Проаналізуйте характеристики іміджу соціальної групи, партії

- 32) Назвіть основні чинники творення іміджу.
- 33) Розкрийте технології і методи побудови іміджу, етапи формування іміджу.
- 34) Поясніть, у чому полягає імідж нації, держави.
- 35) Схарактеризуйте модель комунікації з точки зору реклами. Мотиви реклами: шкала потреб В. Паккарда.
- 36) Дайте поняття семіотики рекламного тексту. Семіотичні моделі реклами.
- 37) Дайте поняття рекламної комунікації в масовій культурі.
- 38) Назвіть ознаки політичної реклами, бізнес–реклами.
- 39) Схарактеризуйте специфіку реклами у сфері науки, техніки і медицини.
- 40) Дайте характеристику комунікації з точки зору пропаганди, реклами і публік рілейшнз (порівняльний аналіз).
- 42) Проаналізуйте комунікативну основу сучасних виборчих кампаній.
- 43) Поясніть стратегію й тактику виборчої кампанії.
- 44) Схарактеризуйте механізми комунікативної дії в умовах кризової ситуації.
- 45) Проаналізуйте комунікативні технології стабілізації/дестабілізації соціальних систем. Варіанти викривлення інформаційного простору.
- 46). Назвіть технології і методи проведення інформаційних війн.
- 47) Поясніть стратегії трансформації інформаційного простору (інформаційний комфорт/дискомфорт, дезінформаційна кампанія, моделі нейтралізації).
- 48) Назвіть інформаційні операції при розв’язанні миротворчих і соціальних проблем.
- 49) Розкрийте комунікативний трансфер Діаспори.
- 50) Назвіть специфіку комунікативних технологій у соціальних мережах.

ХІІ. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ДЖЕРЕЛА

Основна література:

1. Журналістика та медіа: довідник // За ред. Вайшенберга З., Кляйнштойберга Г. та ін. – К., 2011. – 529 с.
2. Мас–медіа на перехідному етапі: система мас–медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження / ред. Р. Блюм. – К.: Центр вільної преси, Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2001. – 287 с.
3. Сучасний медіа–менеджмент. Шлях роздержавлення української преси / ред.: В. Іванов, Н. Ланге. – К.: фонд Конрада Аденауера, 2007. – 122 с.
4. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 211 с.

Додаткова література:

3. Артамонова І. М. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні : монографія / І. М. Артамонова. — Донецьк : Лебідь, 2009. – 416 с.
4. Афанасьєва К. О. Авторське право: навч. посібник / К. О. Афанасьєва. — К. : Атіка, 2006. — 226 с.
5. Бадд Т. Объектно-ориентированное программирование в действии / Т. Бадд. / Пер. с англ. — СПб. : Питер, 1997. — 464 с. : илл.
6. Безменов Н. И. TurboPascal 7.0. Руководство программиста / Н. И. Безменов. — М. : Эксмо, 2006. — 160 с.
9. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : учеб. пособ. / Е.Л.Вартанова. — М. : Аспект Пресс, 2003. — 335 с.
10. Вирин Ф. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов / Ф. Вирин. — М. : Эксмо, 2010. — 224 с.
11. Владимиров В. М. Хаос — Розуміння — Масова комунікація : монографія / В.М. Владимиров. — К. : КиМУ, 2006. — 366 с.
12. Выродова А. С. Семантико-стилистические особенности цветообозначений в массмедийных текстах / А. С. Выродова // Журналистика и медиаобразование в XXI веке: Сб. науч. Трудов Междунар. науч. практ. конф. — Белгород, 2006. — С. 286–290.
13. Вязьминов В. Модульные сетки [Электронный ресурс] / В. Вязьминов // Режим доступа: <http://webimg.ru/webdesign/modulnaya-setka>
14. Гаррет Джесс. Веб-дизайн: Елементи досвіду взаємодії [Електронний ресурс] / Джесс Гаррет // Режим доступу: <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=1237822>
15. Гвоздєв В. М. Аудиторія ЗМІ: проблеми критичного сприймання масової інформації / В. М. Гвоздєв // Наукові записки Інституту журналістики : К., 2010. – Т. 38. — Січень–березень. – С. 14–17.

16. Городенко Л. М. Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси : монографія / Л. М. Городенко. — К. : Академія Української Преси, 2010. — 172 с.
17. Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра : учебное пособие для вузов / С. М. Гуревич. — М. : Аспект Пресс, 2004. — 288 с.
18. Гуцу С. Ф. Правові основи інформаційної діяльності: навч. посібник / С.Ф. Гуцу. — Харків: Національний Аерокосмічний Університет, 2009. — 48 с.
19. Дизайн и верстка сайтов. Обучающий видеокурс [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://fileaddnet.ucoz.ru/publ/books_create_site/dizajn_i_verstka_sajtov_obuchajushhij_videokurs/1-1-0-1484
20. Дизайн. Визначення дизайну, поняття дизайну. Що таке дизайн? [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.dreamcity.com.ua/doc/14/1/64/>
21. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник / Г.Б. Минервин, В.Т.Шимко, А.В. Ефимов, и др.: Под общ. ред. Г. Б. Минервина, В. Т. Шимко. — М. : Архитектура-С, 2004. — 228 с.
22. Донни О'Квинн. Допечатная подготовка. Руководство дизайнера. — М. : Изд-во Вильямс, 2001. — 591 с.
23. Єжова Л. Ф. Інформаційний маркетинг : навч. посібн. / Л. Ф. Єжова. — К. : КНЕУ, 2002. — 560 с.
24. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. — М. — 2010. — 200 с.
25. Захарченко А. Загальні принципи аналізу інформаційних потоків в інтернеті / А. Захарченко // Наукові записки Інституту журналістики : наук. зб.; за ред. В.В.Різуна. — К. : Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2011. — Т. 41. — С. 80–85.
26. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В.Й. Здоровега. — 2-ге вид., перероб. і допов. — Львів : ПАІС, 2004. — 268 с.
27. Злобін Г. Г. Архітектура та апаратне забезпечення ПЕОМ : навч. посіб. / Г. Г. Злобін, Р. Є. Рикалюк. — К. : Каравела, 2006. — 304 с.
28. Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие / Под. ред. М.М.Лукиной. — М. : Аспект Пресс, 2010. — 348 с.
29. Иттен И. Искусство цвета / Иоханнес Иттен / Пер. с нем.; 2-е изд. ; Предисл. Л. Монаховой. — М. : Изд. Д. Аронов, 2001. — 96 с.
30. Иванов В. Ф. Техніка оформлення газети : курс лекцій / В. Ф. Иванов. — К. : Т-во «Знання», КОО, 2000. — 222 с.
31. Калмыков А. А. Интернет-журналистика : учеб. пособ. / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 383 с.
32. Карпенко В. Журналистика: основи професійної комунікації. — К., 2002.
33. Кастельс М. Интернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. Пер. с англ. Ганиш А., Волкова А. — К. : Ваклер, 2007. — 304 с.

34. Кент П. Поисковая оптимизация для чайников / Питер Кент. – М. : Вильямс, 2011. – 432 с.
35. Кирсанов Д. Веб-дизайн: Книга Дмитрия Кирсанова. – СПб: Символ-Плюс, 1999 – 376 с.
36. Комп'ютерна графіка. Векторна та фрактальна графіка [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://www.victoria.lviv.ua/html/oit/html/lesson12_II.htm
37. Крайнікова Т. с. Культура видання: дефініція, структура та чинники / Т.С.Крайнікова // Наукові записки Інституту журналістики. — Т. 43. — 134–138.
38. Крайнікова Т. с. Культура дизайну видання: суть, чинники та критерії оцінювання / Т.С. Крайнікова // Наукові записки Інституту журналістики. — Т. 45. — С. 44–48.
39. Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / Р. Крейг ; [пер. з англ. А. Іщенко]. — К. : Києво-Могилянська академія, 2007. — 324 с.
40. Кривошея Г. П. Журналістика: поняття, терміни / Г. П. Кривошея. — К. : КиМУ, 2004. – 202 с.
41. Круг С. Веб-дизайн: книга Стива Круга или «не заставляйте меня думать!» / Стив Круг. — М. : Символ-Плюс, 2001. — 196 с.
42. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну: підручник / М. Я. Куленко. — К.: Кондор, 2006. — 492 с.
43. Кулько О. И. Колоративы и обозначения цвета в рекламе / О. И. Кулько // Русская и сопоставительная физиология: состояние и перспективы: Междунар. научн. конф.: Труды и материалы. — Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2004. — С. 224–227.
44. Ла Рош В., фон Вступ до практичної журналістики : навчальний посібник / Вальтер фон Ла Рош / За загал. ред. В. Ф. Іванова та А. Коль. — К. : Академія Української Преси, 2005. — 229 с.
45. Ласика Дж. Д. Даркнет: Война Голлівуда против цифровой революции / Дж. Д. Ласика; [пер. с англ. Ольги Турухиной]. — Екатеринбург : Ультра.Культура, 2006. — 408 с.
46. Ле Корбюзье. Mod-1-Mod-2. Модульор / Сокр. пер. с фр. Ж.С. Розенбаума; Науч. ред. В. Г. Калиш; Вступ. ст. Д. Б. Хазанова. — М.: Стройиздат, 1976. — 239 с.
47. Львов М. С., Співаковський О. В. Вступ до об'єктно-орієнтоване програмування: навчальний посібник. — Херсон : ХГПУ, 2000. — 238 с.: іл.
48. Львов М. с., Співаковський О. В. Основи алгоритмізації та програмування: навч. посібник. — Херсон: Айлант, 2000. — 214 с.
49. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації: Пер. с англ. О. Возьна, Г. Сташків. — Львів: Літопис, 2010. — 538 с.
50. Мирошниченко А. Когда умрут газеты / Андрей Мирошниченко. — М. : Книжный мир, 2011. — 224 с.
51. Михайлин І. Л. Основи журналістики: підручник. — Вид. 3-тє доп. і поліпш. — К.: ЦУЛ, 2002. — 284 с.

52. Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики / І. Л. Михайлин. — Харків: Прапор, 2009. — с. 170.
53. Мозер К. Психология маркетинга и рекламы. — Х., 2004. — 380 с.
54. Мудров А. Н. Основы рекламы : учеб. / А. Н. Мудров. — М. : Магистр, 2008. — 397 с.
55. Некляев С. Е. Инфографика: принципы визуальной журналистики. Современное журналистское образование: технологии и особенности преподавания / С. Е. Некляев. — М. : Медиа-Мир, 2008. — 248 с.
56. Нельсон Р. Сложно о простом, или как разработать логотип компании // Техника рекламы. — 2005. — № 11.
57. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? / Квентин Ньюарк / Пер. с англ. И. В. Павловой. — М. : АСТ; Астрель, 2005. — 255 с.
58. Огар Е. І. Українсько-російський та російсько-український словник-довідник з видавничої справи. — Л.: Палітра друку, 2002. — с. 20
59. Онкович Г. В. Медіалогія і медіаосвіта: входження до науково-освітнього простору / Г. В. Онкович // Наукові записки Інституту журналістики : К., 2010. — Т. 38. — Січень – березень. — С. 6–10.
60. Основи художнього конструювання: практикум для студентів художньо-графічних факультетів / укл. Є. А. Антонович, Л. К. Грач, Н. І. Саваріна, В. А. Шпільчак. — Івано-Франківськ: ПУ, 1992. — 32 с.
61. Основы композиции / Голубева О. Л. — М.: Изд. дом «Искусство», 2004.
62. Панков М. Основа основ: модульная сетка // Режим доступа: <http://www.compuart.ru/article.aspx?id=8658&iid=355>
63. Попова Ж. Г. Психология цвета в печатной рекламе // Маркетинг в России и зарубежом. — 2000. — № 4. — С. 39–42.
64. Почепцов Г. Г. Від Facebook'у і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації / Георгій Почепцов. — К. : Спадщина, 2012. — 464 с.
65. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Д. Рашкофф / Пер. с англ. Д. Борисов. — М. : Ультра Культура, 2003. — 368 с.
67. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. — К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008.— 260 с.
68. Розенфельд Л. Інформаційна архітектура в Інтернеті / Розенфельд Л., Морвіль П. // Режим доступа: <http://allday.ru/index.php?newsid=270254>
77. Херлберт А. Сетка: Модульная система конструирования и производства газет, журналов, книг / Аллен Херлберт / Пер. с англ. И. А. Ковалевой, И. М. Паперна. — М. : Книга, 1984. — 108 с.
78. Хоменко М. О. Модульна сітка як чинник культури подання візуальної інформації в дизайні [Електронний ресурс] / М. О. Хоменко // Режим доступа: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/VKhDADM/2009_5/09kmaid.pdf

79. Цурін О. Комп'ютерна графіка / О. Цурін, Н. Цуріна. — К. :Університ «Україна», 2005. — 165 с.

80. Чепмен Н. Цифровые технологии мультимедиа / Найджел Чепмен, Дженни Чепмен / Пер. с англ. — 2-е изд. — К. : Диалектика, 2005. — 624 с.

81. Шевченко В. Е. Англо-український тлумачний словник редакційно-видавничої термінології / В. Е. Шевченко. — К. : Либідь, 2006. — 320 с.

82. Шевченко В. Е. Графічна організація друкованого тексту та його художня інтерпретація засобами складання / В. Е. Шевченко // Наукові записки Інституту журналістики. —Т. 2. — К., 2001. — С. 53–69.

Інтернет–ресурси:

1. www.nsju.org.ua
2. www.profspilka.org.ua
3. www.telekritika.kiev.ua

**Робоча програма навчальної дисципліни
«Сучасні інформаційні технології в масовій комунікації»**

Укладач: *Росінська О.А.*, кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка.