

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет української філології, культури і мистецтва
Кафедра інформаційних комунікацій

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

24 вересня 2022 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ

для студентів

спеціальності: 021 Аудіовізуальне мистецтво та виробництво
рівня вищої освіти першого (бакалаврського)
освітньої програми: 021.00.01 «Ведучий телевізійних програм»

Київ – 2022



Розробники: *Малюк Євген Олександрович*, кандидат культурології, старший викладач кафедри інформаційних комунікацій Факультету української філології, культури і мистецтва Київського столичного університету імені Бориса Грінченка;

Поліщук Тетяна Ігорівна, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Викладачі: *Малюк Євген Олександрович*, кандидат культурології, старший викладач кафедри інформаційних комунікацій Факультету української філології, культури і мистецтва Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри інформаційних комунікацій

Протокол від «1» вересня 2022 року № 1

Завідувач кафедри _____ *О. В. Григоревська* О. В. Григоревська

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Ведучий телевізійних програм»

1 вересня 2022 року

Гарант освітньо-професійної програми _____ *А. Л. Лісневська* А. Л. Лісневська

Робочу програму перевірено «01» вересня 2022 р.

Заступник декана Факультету української філології, культури та мистецтва з науково-методичної та навчальної роботи _____ *С. І. Горобець* С. І. Горобець

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р., протокол № __
підпис (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р., протокол № __
підпис (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р., протокол № __
підпис (ПІБ)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__ р., протокол № __
підпис (ПІБ)

ЗМІСТ

1. Опис предмета навчальної дисципліни.....	4
2. Мета та завдання навчальної дисципліни.....	4
3. Результати навчання за дисципліною.....	5
4. Структура навчальної дисципліни.....	6
5. Програма навчальної дисципліни	
<i>Змістовий модуль I</i>	7
<i>Змістовий модуль II</i>	8
<i>Змістовий модуль III</i>	8
<i>Змістовий модуль IV</i>	9
6. Контроль навчальних досягнень	
<i>6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів</i>	10
<i>6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання</i>	10
<i>6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання</i>	11
<i>6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання</i>	11
<i>6.5. Шкала відповідності оцінок</i>	12
7. Навчально-методична карта дисципліни «Цифрові комунікаційні інструменти».....	13
8. Рекомендована література	
<i>Базова</i>	14
<i>Додаткова</i>	14
Інформаційні ресурси.....	15

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120	-
Курс	2	-
Семестр	3	-
Кількість змістових модулів з розподілом	4	-
Обсяг кредитів	4	-
Обсяг годин, в тому числі:	120	-
Аудиторні	56	-
Модульний контроль	8	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	56	-
Форма семестрового контролю	залік	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – надати студентам знання про цифрові комунікаційні інструменти, сформувати цілісне розуміння комунікацій за допомогою інформаційних та цифрових продуктів, навчити створювати власний комунікаційний продукт за допомогою цифрових інструментів.

Завдання дисципліни:

- розкрити поняття цифрових комунікаційних інструментів;
- ознайомити з технологіями створення та редагування власного візуального контенту;
- сформувати у студентів навички самостійного вибору редактора, розробки власного цифрового контенту та його візуальної складової;
- навчити особливостям роботи з використанням цифрових комунікаційних інструментів.

Дисципліна спрямована на формування таких **фахових (професійних) програмних компетентностей** освітньої-професійної програми підготовки бакалаврів за спеціальністю 021.00.01 «Ведучий телевізійних програм»:

ЗК02 Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

ЗК03 Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК04 Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК05 Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).

ЗК07 Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ЗК08 Здатність працювати у команді.

ЗК09 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК12 Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК13 Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК14 Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК16 Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ФК09 Здатність здійснювати ділову комунікацію.

ФК11 Здатність використовувати засоби масової інформації для просвітництва, популяризації та пропаганди досягнень аудіовізуальної культури.

ФК13 Здатність здійснювати та підтримувати зв'язок із засобами масової інформації з метою просвітництва, популяризації та пропаганди досягнень аудіовізуального мистецтва, у тому числі з використанням можливостей радіо, телебачення, Інтернету.

ФК14 Здатність відстежувати перспективні зміни в сфері аудіовізуального мистецтва, використовуючи оригінальні іншомовні джерела.

ФК17 Усвідомлення етичних та правових норм професійної діяльності.

ФК18 Здатність знаходити оптимальні рішення, відповідно до професійних вимог, ділових ситуацій та психологічних характеристик учасників міжособистісної та масової комунікації.

ФК19 Усвідомлення психологічних умов та наслідків комунікаційного впливу на аудиторію авторського аудіовізуального твору.

3.Результати навчання за дисципліною

Результати навчання за дисципліною спрямовані на формування таких загальних і фахових компетентностей відповідно до 021.00.01 «Ведучий телевізійних програм», рівня вищої освіти першого (бакалаврського):

РН 1. Володіти методами та прийомами редакторсько-сценарної / продюсерської / режисерської / операторської / звукорежисерської творчо-виробничої діяльності при створенні (виробництві) аудіовізуальних творів.

РН 5. Генерувати нові ідеї для втілення їх в аудіовізуальному творі.

РН 8. Забезпечувати підготовчий, виробничий та пост-виробничий етапи створення (виробництва) аудіовізуальних творів різних видів, жанрів, стилів.

РН 10. Оформлювати виробничу документацію (заявка, календарно-постановочний план, кошторис тощо).

РН 12. Розуміти фінансово-адміністративні принципи організації мистецьких заходів, діяльності виробничих колективів, телевізійних каналів та інших закладів аудіовізуальної галузі.

РН 15. Вміти спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).

РН 18. Приймати ефективні рішення на основі релевантних даних із застосуванням сучасних методів і засобів прийняття рішень.

РНУ 19. Усвідомлювати колективну природу аудіовізуального твору, здійснювати ефективний тайм-менеджмент з виконавцями від задуму до практичної його реалізації та поширення в інтернет-середовищі.

РНУ 22. Володіти навичками social media marketing з розробки контент-стратегії, створення та обробки контенту різного формату.

РНУ 23. Знати, розуміти й використовувати правові та етичні норми у своїй професійній діяльності.

РНУ 26. Використання результатів сучасних психологічних досліджень типових вікових, гендерних, етнонаціональних характеристик цільової аудиторії, застосування отриманих знань під час творення авторського аудіовізуального продукту.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						
	Разом	Аудиторних	Лекцій	Семінарські	Лабораторні	Самостійна	Підсумковий
Змістовий модуль 1. Інструменти для організації роботи з інформацією							
Інструменти для роботи з великими масивами даних		2	2				
Робота з відкритими джерелами інформації					2		
Пошук та відбір популярних трендів для свого проєкту за допомогою Google Trends					2		
Збір статистичної інформації за допомогою сервісу Google Forms або аналогів					2		
Інструменти для організації інформації		2	2				
Мережевий спосіб організації інформації за допомогою сервісу MindMeister					2	6	
Мережевий спосіб організації інформації за допомогою програми Obsidian					2	8	
Модульний контроль	2						2
<i>Разом</i>	30	4	4		10	14	2
Змістовий модуль 2. Створення вебсайту та контенту для нього							
Організація роботи над проєктом та створення допоміжного медіаконтенту.		2	2				
Створення айдентики власного проєкту за допомогою графічного редактора.					2	6	
Створення та монтаж джінглу власного проєкту за допомогою аудіоредактора					2	8	
Вебсайт як засіб мережевої комунікації.		2	2				
Створення сайту власного проєкту за допомогою сервісу WordPress.					6		
Модульний контроль	2						2

	<i>Разом</i>	30	14	4		10	14	2
Змістовий модуль 3. Цифрові інструменти візуальної комунікації								
Цифрові канали та інструменти digital маркетингу			2	2				
Створення відеопродукту для власного проєкту						2		
Робота з інструментом для інтерактивної комунікації в ігровій формі Bitsy						4		
Управління репутацією за допомогою цифрових комунікативних інструментів			2	2				
Навички ефективної цифрової комунікації (організація та проведення онлайн-події)						2		
Створення власного портфолію за допомогою графічного редактора						2		
Модульний контроль		2					2	
	<i>Разом</i>	30	16	4		10	14	2
Змістовий модуль 4. Цифрові комунікаційні інструменти у соціальних медіа								
Застосування нових інформаційно-комунікаційних технологій у творчому процесі			2					
Визначення цільової аудиторії власного проєкту						2		
Комунікація з аудиторією за допомогою прямого етеру в соціальних медіа (Instagram, Tik Tok, You Tube)						4		
Використання сучасних цифрових інструментів в просуванні власного бренду			2					
Розробка та проведення онлайн-івенту за допомогою цифрових комунікацій						4		
Модульний контроль		2						2
	<i>Разом</i>	30	4			10	14	2
	<i>Усього</i>	120	16			40	56	8

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль I. Інструменти для організації роботи з інформацією

Лекція 1.1. Інструменти для роботи з великими масивами даних (2 год.)

Об'єкт, предмет, мета, завдання, структура і зміст курсу. Важливість аналітичної роботи для підготовки великого за обсягом матеріалу. Основні ресурси для отримання перевіреної інформації – Google Dataset Search, Statista для статистичних даних, Google Scholar для наукової інформації. Проблема релевантності та правдивості інформації. Google Trends як помічник для вибору релевантної теми та пошуку аудиторії. Як проводити соціологічні опитування за допомогою цифрових інструментів та яка вибірка респондентів є достатньою для використання інформації як значущої. Big Data та можливості використання зібраних таким чином даних у роботі блогера.

Лабораторне заняття 1. Робота з відкритими джерелами інформації та планування роботи за допомогою спеціалізованого софту (2 год.).

Лабораторне заняття 2. Пошук та відбір популярних трендів для свого проєкту за допомогою Google Trends (2 год.).

Лабораторне заняття 3. Збір статистичної інформації за допомогою сервісу Google Trends або аналогів (2 год.).

Лекція 1.2. (2 год.) Інструменти для організації інформації.

Способи організації роботи з великою кількістю зібраної інформації для створення журналістського матеріалу. Організована в мережевий спосіб база даних як джерело нових ідей. Zettelkasten Н. Лумана як спосіб організації бази даних для генерації нових ідей. Сфера застосування Zettelkasten – від деталізації художнього тексту до аналітичних статей; перспективи використання подібного підходу для створення журналістського матеріалу. Гіпертекст: Вікіпедія як спосіб організації інформації та розширення власного кругозіру. Obsidian та його аналоги як середовища, які дозволяють організовувати власні матеріали в форматі Zettelkasten.

Лабораторне заняття 4 (2 год.). Мережевий спосіб організації інформації за допомогою сервісу MindMeister.

Лабораторне заняття 5 (2 год.). Мережевий спосіб організації інформації за допомогою програми Obsidian.

Змістовий модуль II. Створення вебсайту та контенту для нього.

Лекція 2.1. (2 год.) Організація роботи над проєктом та створення допоміжного медіаконтенту.

Візуалізація як спосіб доступніше передавати свої ідеї. Організація ідей для себе або власної команди за допомогою методів, які використовуються для розробки програмного забезпечення та адаптовані для журналістської роботи; програмне забезпечення для реалізації цих методів. Графічне оформлення сайту. Аналіз популярних інтернет-ресурсів щодо способів організації в них графічних даних. Айдентика як частина персонального та корпоративного бренду. Популярні графічні редактори для створення графіки вебсайтів. Подкасти як популярний вид інтернет-медіа. Програмне забезпечення для редагування аудіо та звукові архіви. Добросесність при використанні готових аудіо- та графічних матеріалів.

Лабораторне заняття 6. (2 год.). Створення айдентики власного проєкту за допомогою графічного редактора.

Лабораторне заняття 7. (2 год.). Створення та монтаж джінглу власного проєкту за допомогою аудіоредактора.

Лекція 2.2. (2 год.) Вебсайт як засіб мережевої комунікації.

Історія мережі Інтернет. Стандарти web 1.0, web 2.0, web 3.0 та перспективи нових технологічних стандартів у цифрових мережевих комунікаціях. Історія блогерства. Переваги мережевих медіа відносно традиційних ЗМК. Особливості аудиторії мережевих ЗМК. Особливості написання текстів для мережевих ЗМІ, структура тексту, специфіка створення заголовків. WordPress як універсальний рушій для створення власного вебсайту без програмування. Переваги та недоліки використання WordPress. Історія сервісу WordPress та найвідоміші проєкти, що його використовують.

Лабораторні заняття 8, 9, 10. (6 год.). Створення сайту власного проєкту за допомогою сервісу WordPress.

Змістовий модуль III. Цифрові інструменти візуальної комунікації

Лекція 3.1. Цифрові канали та інструменти digital маркетингу (2 год.)

Поширені інструменти для онлайн зустрічей (Cisco Webex Meeting, Skype, Google Hangouts Meet, Zoom). Сервіси та програмне забезпечення для проведення вебінарів (YouTube Live, Blackboard Collaborate, EverWebinar, WebinarJam). Інструменти для організації онлайн-івентів (Crowdcast, bconnex, Hey Summit, Demio, Shindig, Twitch, Run the world). Інструменти для онлайн-спілкування (Slack, VideoAsk, Notion). Інструменти для онлайн-опитувань (Slido, Poll Everywhere, Kahoot). Інструменти для інтерактивної комунікації в ігровій формі (Bitsy).

Лабораторне заняття 11. Створення відеопродукту для власного проекту (2 год.).

Лабораторне заняття 12, 13. Робота з інструментом для інтерактивної комунікації в ігровій формі Bitsy (4 год.).

Лекція 3.2.

Управління репутацією за допомогою цифрових комунікативних інструментів (2 год.)

Вимоги для змісту презентацій, створення презентацій в Microsoft Power Point, збереження презентації для розміщення у ресурсах інтернет, створення колективних презентацій за допомогою Презентацій Google, правило 10-20-30, створення інтерактивних мультимедійних презентацій з нелінійною структурою за допомогою вебсервісу Prezi.com, інтерактивних презентації Sway. Сервіси для створення інфографіки (Piktochart, Creately, Dipity, Venngage, Visual.ly), приклади використання в журналістській сфері. Сервіси для створення власних портфоліо, резюме (CVMaker, CV2you, Pathbrite, Vizualize.me, VisualCV, ResumUP, CakeResume, Grintern).

Лабораторне заняття 14. Навички ефективної цифрової комунікації (організація та проведення онлайн-події) (2 год.).

Лабораторне заняття 15. Створення власного портфоліо за допомогою графічного редактора (2 год.).

Змістовий модуль IV. Цифрові комунікаційні інструменти у соціальних медіа

Лекція 4.1. Застосування нових інформаційно-комунікаційних технологій у творчому процесі (2 год.)

Поняття «комунікація», «цифрова комунікація» та її види, методи. Інструменти та можливості цифрових комунікацій. Способи здійснення цифрової комунікації. Веб інструменти для комерційної діяльності. Поширені інструменти комунікації: групові чати, боти, канали та публічні акаунти. Цифровий етикет та соціальні мережі. Типи пошукових систем. Поняття «інформаційний пошук», основні етапи та види інформаційного пошуку.

Поняття «хмарні технології», категорії та моделі розгортання хмар. Платформи на основі відкритих даних. Визначення та комунікація з цільовою аудиторією.

Лабораторне заняття 16. Визначення цільової аудиторії власного проєкту (2 год.).

Лабораторне заняття 17, 18. Комунікація з аудиторією за допомогою прямого етеру в соціальних медіа (Instagram, Tik Tok, YouTube) (4 год.).

Лекція 4.2. Використання сучасних цифрових інструментів в просуванні власного бренду (2 год.)

Персональний підхід - інформаційні інтереси користувачів. Зворотний зв'язок із аудиторією через інтерактивність веб-середовища.

Реакція користувачів на повідомлення та діалогічний характер комунікації - умова успішного функціонування сайта. Кластеризація цільової інтернет-аудиторії. Зміна ролі аудиторії в цифрових медіа. «Епохи веб 2.0» або «громадянської журналістики». Від аматорства до професіоналізму в громадянській журналістиці. Формальна, неформальна та інформальна журналістська освіта.

Лабораторне заняття 19, 20. Розробка та проведення онлайн-івенту за допомогою цифрових комунікацій (4 год.).

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	2	2	2	2	2	2
Відвідування лабораторних занять	1	5	5	5	5	5	5	5	5
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)	10	5	50	5	50	5	50	5	50
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ									
<i>Разом</i>			92		92		92		92
Максимальна кількість балів	368								
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $368:100=3,7$ Студент набрав: 325 балів Оцінка: $325:3.7 = 88$ балів								

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль I. (14 год.)

1.1. Презентувати приклади 5 трендових тем за допомогою Google Trends з обґрунтуванням у 2-3 речення, чому саме вони зараз у тренді – 5 балів.

1.2. За допомогою Obsidian створити свою стислу вікіпедію по улюбленій книзі, фільму, серіалу або відеогрі, яка б містила інформацію про об'єкт інтересу та їхніх авторів – 5 балів.

Змістовий модуль II. (14 год.)

2.1. Самостійно або в напарником запишіть подкаст, кінцева довжина якого після монтажу буде 3-5 хвилин. – 5 балів.

2.2 Створіть логотип для подкасту з завдання 2.1. – 5 балів.

Змістовий модуль III. (14 год.)

3.1. Пройти курс «Діджитал-комунікації» від Асоціації «Культура і креативність». Отримати сертифікат, що підтвердить виконання завдання.

<https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/digital-communication/lecture-14-1>

5 балів.

3.2. Розпишіть варіанти назви свого проекту для різних аудиторій та обґрунтуйте вибір. – 5 балів.

Змістовий модуль IV. (14 год.)

4.1. Напишіть есе на 1-2 сторінки 14 кеглем про особливості цифрового етикету. – 5 балів.

4.2. Створіть таблицю, яка буде складатися з пунктів про групові чати, боти, канали та публічні акаунти, в якій будуть вказані переваги та недоліки кожного з засобів сучасної мережевої комунікації. – 5 балів.

6.3.Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом в електронному вигляді і прикріплюється до електронного курсу або здаються в роздрукованому вигляді.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем у робочій програмі. Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 4, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Критерії оцінювання:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння наводити приклади з практики маркетингу у видавничій галузі, ілюструвати теоретичні положення практичними прикладами;
- 5) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;

6) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмовій роботі, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

7) повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально у 25 балів.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.

Залік за підрахунком усіх видів виконаних робіт.

6.5. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

7. Навчально-методична карта дисципліни "Цифрові комунікаційні інструменти"

Разом: 120 год., лекції – 16 год., лабораторні заняття - 40 год., самостійна робота – 56 год., мк – 8 год., семестровий контроль – залік

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XIII	XIV	XV	XVI														
Модулі	Змістовий модуль I				Змістовий модуль II				Змістовий модуль III				Змістовий модуль IV																	
Назва модуля	Інструменти для організації роботи з інформацією				Створення вебсайту та контенту для нього				Цифрові інструменти візуальної комунікації				Цифрові комунікаційні інструменти у соціальних медіа																	
Кількість балів за модуль	92 б.				92 б.				92 б.				92 б.																	
Лекції	відвідування - 2 б.				відвідування - 2 б.				відвідування - 2 б.				відвідування - 2 б.																	
Теми лекцій	Інструменти для роботи з великими масивами даних (1 бал)		Інструменти для організації інформації (1 бал)		Організація роботи над проектом та створення допоміжного медіа контенту (1 бал)		Вебсайт як засіб мережевої комунікації (1 бал)		Цифрові канали та інструменти digital маркетингу (1 бал)		Управління репутацією за допомогою цифрових комунікаційних інструментів (1 бал)		Застосування нових інформаційно-комунікаційних технологій у творчому процесі (1 бал)		Використання сучасних цифрових інструментів в просуванні власного бренду (1 бал)															
Теми лабораторних занять	Робота з відкритими джерелами інформації та планування роботи за допомогою спеціалізованого софту (1 + 10 балів)		Пошук та відбір популярних трендів для свого проекту за допомогою Google Trends (1 + 10 балів)		Збір статистичної інформації за допомогою сервісу Google Forms або аналогів (1 + 10 балів)		Мережевий спосіб організації інформації за допомогою програми Obsidian (1 + 10 балів)		Мережевий спосіб організації інформації за допомогою сервісу MindMeister (1 + 10 балів)		Створення айдентики власного проекту за допомогою графічного редактора (1 + 10 балів)		Створення та монтаж джінглу власного проекту за допомогою аудіо редактора (1 + 10 балів)		Створення сайту власного проекту за допомогою сервісу WordPress. (3 + 30 балів)		Створення відеопродукту для власного проекту (1 + 10 балів)		Робота з інструментом для інтерактивної комунікації в ігровій формі Bitsy (2 + 20 балів)		Навички ефективної цифрової комунікації (організація та проведення онлайн-події) (1 + 10 балів)		Створення власного портфоліо за допомогою графічного редактора (1 + 10 балів)		Визначення цільової аудиторії власного проекту (1 + 10 балів)		Комунікація з аудиторією за допомогою прямого етеру в соціальних медіа (Instagram, Tik Tok, YouTube) (2 + 20 балів)		Розробка та проведення онлайн-івенту за допомогою цифрових комунікацій (2 + 20 балів)	
Самостійна робота	5x * 2 = 10 б				5x * 2 = 10 б				5x * 2 = 10 б				5x * 2 = 10 б																	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.				Модульна контрольна робота 2 – 25 б.				Модульна контрольна робота 3 – 25 б.				Модульна контрольна робота 4 – 25 б.																	
Підсумковий контроль	залік																													

8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Буйницька О. П. Інформаційні технології та технічні засоби навчання. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.
2. Женченко М. І. Цифрові трансформації видавничої галузі : монографія / за наук. ред. В. Різуна. — Вид. 2-ге, виправл. — Київ : Жнець, 2018. — 436 с.
3. Крейг Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. – Київ : Києво-Могилянська академія. 2007. – 324 с.
4. Швиденко М.З., Ткаченко О.М., Глазунова О.Г., Мокрієв М.В., Матус Ю.В., Попов О.Є. Інформатика та комп'ютерна техніка. Підручник. К.: Інтерсервіс, 2014.

Додаткова

1. Гол Дж. Онлайн-журналістика / Джим Гол ; [пер. з англ.]. – К. : К.І.С., 2005. – 344 с.
2. Дзябенко О.В. Інноваційні педагогічні методи в цифрову епоху : навч. посіб. / О.В. Дзябенко, Н.В. Морзе, С.В. Василенко та ін. / Київський університет імені Бориса Грінченка.- Кам'янець-Подільський : ТОВ "Друкарня "Рута"", 2021. – 320 с.
3. Занора В. О. Інтернет та цифровий маркетинг: теоретичні основи / В. О. Занора // Причорноморські економічні студії. – 2018. - №36. – С. 117-120. – Режим доступу: http://bses.in.ua/journals/2018/36_1_2018/26.pdf
4. Захарченко А.П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». – Київ. : Марченко. – 2014. – 198 с.
5. Кросмедіа: контент, технологи, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. - К.: Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. — 234 с. - Режим доступу: <http://journ.univ.kiev.ua/evm/index.php/naukova-st/monohrafiia-1/359-kolektyvna-monohrafiia-krosmedia-kontent-tekhnohii-perspektyvy>
6. Попова Н. В. Діджитал-комунікації як інструмент сучасної маркетингової підтримки розвитку підприємств / Н. В. Попова // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». – 2016. - №2(48). – С. 216-222.
7. Халер М. Пошук і збір інформації : навчальний посібник. – К. : Академія Української Преси. Центр Вільної Преси. 2006. – 308 с.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

№ з/п	Адреса вебсайту	Назва вебсайту
1	https://happymonday.ua/vhid-za-linkom-24-instrumenty-shhob-perenesty-robotu-ta-iventy-v-onlajn	Вхід за лінком: 24 інструменти, щоб організувати онлайн-івент.
2	https://www.imena.ua/blog/10-services-of-resume/	10 сервісів для складання резюме, які вас здивують функціональністю
3	https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+ITArts101+2017_T1/about	Prometheus: ITArts101. Цифрові комунікації в глобальному просторі.
4	https://texty.org.ua/archive-books/40161/zhurnalistyka-danykh-posibnyk-40161/	Журналістика даних. Посібник