

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи



О.Б.Жильцов
2015 року

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ ТА КІБЕРКУЛЬТУРА
(шифр і назва навчальної дисципліни)

спеціальності: 8.18010019 Медіа-комунікації

Гуманітарний інститут
(назва інституту, факультету, відділення)

2014-2015рік

Робоча програма “**Інтернет комунікації та кіберкультура**” для студентів спеціальності 8.18010019 Медіа-комунікації, галузі знань 1801 специфічні категорії. 2015 року. – 23 с.

Розробники: **Курбан О.В.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв’язків з громадськістю

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри реклами та зв’язків з громадськістю

Протокол від “06” лютого 2015 року № 7

Завідувач кафедри реклами та зв’язків з громадськістю

 (Горбенко Г. В.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Години відповідають робочому навчальному плану

Структура програми типова

Заступник директора з науково-методичної та навчальної роботи

 (О.В. Єременко)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Схвалено Вченою радою Гуманітарного інституту

Протокол від “10” березня 2015 року № 6

Вчений секретар  (Т.Л.Видайчук)
(підпис) (прізвище та ініціали)



©КУБГ, 2015 рік

©Курбан О. В., 2015 рік

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	4
Структура програми навчальної дисципліни	
I. Опис предмета навчальної дисципліни	6
II. Тематичний план навчальної дисципліни	7
III. Програма	
<i>Змістовий модуль I</i>	8
<i>Змістовий модуль II</i>	8
IV. Навчально-методична карта дисципліни "Інтернет-комунікації та кіберкультура"	10
V. Плани семінарських занять	11
VI. Завдання для самостійної роботи	15
VII. Індивідуальне навчальне завдання	17
VIII. Система поточного та підсумкового контролю	18
IX. Методи навчання	20
X. Методичне забезпечення курсу	20
XI. Питання до екзамену	21
XII. Рекомендована література	
Основна	23
Додаткова	23

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни "Інтернет-комунікації та кіберкультура" є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено кафедрою реклами та зв'язків з громадськістю на основі освітньо-професійної програми підготовки магістрів спеціальності «медіа-комунікації», відповідно до навчального плану денної форми навчання.

Програма визначає обсяги знань, які повинні опанувати студенти відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни "Інтернет-комунікації та кіберкультура", необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Курс "Інтернет-комунікації та кіберкультура" покликаний формувати теоретичну та практичну базу фахівця із медіа-комунікацій, тому метою його вивчення є ознайомлення з базовими положеннями сучасних Хай-тек та Хай-х'юм технологій, що мають відношення до інтернет-комунікацій, оволодіння студентами головним термінологічним апаратом, здобуття навичок аналізу комунікаційних процесів, та вмінням орієнтуватись у явищах сучасної кіберкультури.

Головне завдання курсу полягає у отриманні системного бачення та розуміння сутності сучасних комунікаційних технологій, поглибленні наявних (здобутих шляхом самоосвіти) практичних навичок роботи у напрямках: медіа-комунікація, реклама та зв'язки з громадськістю, соціальні мережі.

Завданнями курсу є :

- Розглянути історію розвитку інтернет-комунікаційних технологій
- Познайомитися з базовими положеннями профільних хай-тек та хай-х'юм технологій
- Дослідити базові положення прикладних дисциплін, що складають методичну основу сучасних інтернет-комунікаційних технологій

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати**: загальні положення та ключові аспекти історії розвитку та становлення сучасної

кіберкультури; **вміти**: шукати, оцінювати, формувати та поширювати змістовний контент для застосування у інтернет-просторі.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 72 год., із них 12 год. – лекції, 12 год. – семінарські заняття, 4 год. – індивідуальна робота, 4 год. – модульний контроль, 40 год. – самостійна робота, залік.

Вивчення студентами навчальної дисципліни "Інтернет-комунікації та кіберкультура" завершується заліком.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: термінологічний апарат інтернет-комунікацій, моніторинг кіберпростору, закономірності та практичні аспекти комунікаційного процесу.

Курс:	Напрямок, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS: <i>2 кредити</i></p> <p>Змістові модулі: <i>2 модулі</i></p> <p>Загальний обсяг дисципліни (години): <i>72 годин</i></p> <p>Тижневих годин: <i>2 години</i></p>	<p>Шифр та назва напрямку</p> <p>1801 специфічні категорії</p> <p>Шифр та назва спеціальності: 8.18010019 Медіа- комунікації</p> <p>Освітньо-кваліфікаційний рівень <i>"магістр"</i></p>	<p>Нормативна</p> <p>Рік підготовки: 1.</p> <p>Семестр: 2.</p> <p>Аудиторні заняття: <i>28 години</i>, з них: Лекції (теоретична підготовка): <i>12 годин</i> Семінарські заняття: <i>12 годин</i></p> <p>Індивідуальна робота: <i>4 годин</i></p> <p>Модульні контрольні роботи: <i>4 години</i></p> <p>Самостійна робота: <i>40 години</i></p> <p>Вид контролю: <u>залік</u>.</p>

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семинарських	Індивідуальна робота	Самостійна робота	Підсумковий контроль
Змістовий модуль I. Базові основи сучасних інтернет-комунікацій та кіберкультури									
1	Історія розвитку та становлення Інтернет-комунікацій	14	4	2		2		10	
2	Специфіка та особливості сучасної кіберкультури	14	4	2		2		10	
3	Українська зона Інтернет: специфіка та перспективи розвитку	6	6	2		2	2		
	Модульна контрольні робота	2							2
	Разом	36	14	6		6	2	20	2
Змістовий модуль II. Шляхи та методи розбудови сучасних інтернет-комунікацій									
4	Технології Web 1.0: базові принципи та формат роботи	6	6	2		2	2		
5	Технології Web 2.0: структура та принципи функціонування	14	4	2		2		10	
6	Технології Web 3.0: принципи функціонування та перспективи розвитку	14	4	2		2		10	
	Модульна контрольні робота	2							2
	Разом	36	14	6		6	2	20	2
	Разом за навчальним планом	72	28	12		12	4	40	4

III. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1.

Базові основи сучасних інтернет-комунікацій та кіберкультури

Тема 1. Історія розвитку та становлення Інтернет-комунікацій (2 год.)

Передумови виникнення та особливості первинного розвитку соціальних комунікативних структур. Історія народження та розвитку обчислювальної техніки напередодні виникнення Інтернету. Базові основи та історія розвитку мережі Інтернет.

Семінар 1. ІНФОРМАЦІЙНА РЕВОЛЮЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ВИБУХИ ХХ ст. (2 год.).

Тема 2. Специфіка та особливості сучасної кіберкультури (2 год.)

Культура: поняття, структура та принципи формування. Кібер-лібертеріанство, як предтеча формування сучасної кіберкультури. Кіберкультура: поняття, сутність, принципи функціонування. Інтернет-простор: структура поняття та принципи функціонування. Суб'єкти та об'єкти сучасного інтернет-простору. Контент, як базова складова сучасної кіберкультури.

Семінар 2. ПОНЯТІЙНИЙ ТА ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ АПАРАТ КУРСУ (2 год.).

Тема 3. Українська зона Інтернет: специфіка та перспективи розвитку (2 год.)

Історія розвитку та становлення української зони Інтернет. Держава в форматі інтернет-простору. Інтернет-комерція на сучасному етапі. Громадські проекти в Інтернет-просторі. Специфіка та розвиток сучасних ЗМІ в форматі мережі Інтернет. Шляхи та перспективи подальшого розвитку української зони Інтернет.

Семінар 3. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТА СТАН СПРАВ В УКРАЇНСЬКІЙ ЗОНІ ІНТЕРНЕТ (2 год.).

Змістовий модуль 2.

Шляхи та методи розбудови сучасних інтернет-комунікацій

Тема 4. Технології Web 1.0: базові принципи та формат роботи (2 год.)

Технології Web 1.0 – хай-тек характеристики. Web 1.0 у форматі хай-х'юм технологій. Контент та принципи його формування. Лінійна модель комунікації у Web 1.0. Взаємовідносини між суб'єктами та об'єктами соціокомунікативних процесів у Web 1.0. Типологія та класифікація об'єктів Інтернет-простору Web 1.0. Інтернет-сайти. Веб-портали. Основи інтерактивних технологій.

Семінар 4. НАРОДЖЕННЯ ТА СТАНОВЛЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ (2 год.).

Тема 5. Технології Web 2.0: структура та принципи функціонування (2 год.)

Хай-тек технології у Web 2.0. Хай-х'юм технології у форматі технологій Web 2.0. Контент та принципи його формування. Діалогова модель комунікації у Web 2.0. Суб'єкти та об'єкти соціокомунікативних процесів у Web 2.0. Типологія та класифікація сучасних соціальних мереж. Facebook.com. Odnoklassniki.ru. VKontakte.com. Linked In.com. SMM, SEO, SMO.

Семінар 5. ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖІ В СТРУКТУРІ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА (2 год.)**Тема 6. Технології Web 3.0: принципи функціонування та перспективи розвитку (2 год.)**

Web 3.0 - уособлення хай-тек, хай-х'юм та хай-сенсоро технології. Контент та принципи його формування у Web 3.0. Багатовекторна модель комунікації у Web 3.0. Суб'єкти та об'єкти соціокомунікативних процесів у Web 3.0. Трансформація сучасних соціальних мереж у форматі Web 3.0.

Семінар 6. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ІНТЕРНЕТ-СУСПІЛЬСТВА (2 год.)

IV. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ "ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЯ ТА КІБЕРКУЛЬТУРА"

Разом: 72 год., лекції – 12 год., семінарські заняття – 12 год., індивідуальна робота – 4 год., мк – 4 год., самостійна робота – 40 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI
Модулі	Змістовий модуль I						Змістовий модуль II				
Назва модуля	Базові основи сучасних інтернет-комунікацій та кіберкультури						Шляхи та методи розбудови сучасних інтернет-комунікацій				
Кількість балів за модуль	76 балів						106 бали				
Лекції	36.						36.				
Теми лекцій	Історія розвитку та становлення Інтернет-комунікацій	Специфіка та особливості сучасної кіберкультури		Українська зона Інтернет: специфіка та перспективи розвитку		Технології Web 1.0: базові принципи та формат роботи	Технології Web 2.0: структура та принципи функціонування		Технології Web 3.0: принципи функціонування та перспективи розвитку		
Теми семінарських занять	ІНФОРМАЦІОННА РЕВОЛЮЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНИ ВИБУХИ XX ст. 11б.	ПОНЯТІЙНИЙ ТА ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ АПАРАТ КУРСУ 11б.		ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТА СТАН СПРАВ В УКРАЇНСЬКІЙ ЗОНІ ІНТЕРНЕТ 11б.		НАРОДЖЕННЯ ТА СТАНОВЛЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ 11б.	ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖІ В СТРУКТУРІ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА 11б.		ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ІНТЕРНЕТ-СУСПІЛЬСТВА 11б.		
Самостійна робота	5	5		5		5	5		5		
ІНДЗ	30 балів (2 модулі)										
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)						Модульна контрольна робота 2 (25 балів)				
Підсумковий контроль	Залік										

V. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1.

Базові основи сучасних інтернет-комунікацій та кіберкультури

Семінар 1.

ІНФОРМАЦІЙНА РЕВОЛЮЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ВИБУХИ ХХ ст.

1. Історія розвитку соціальних комунікативних процесів в форматі еволюції людства.
2. Дослідження соціальних мережевих ехнологій в роботах дослідників ХІХ-ХХ ст.
3. Народження та поширення електронних обчислювальних приладів та персональних комп'ютерів.
4. Винайдення правил та принципів комунікаційного об'єднання персональних комп'ютерів.
5. Історія та еволюція глобальної мережі Інтернет.

Основна література:

1. Конык Д., Рендер С. Расставьте сети. Как использовать Интернет в интересах вашего бизнеса / Д. Конык. С.Рендер. – К.: ООО «Компания ЛИК», 2011. – 120 с.
2. Курбан О.В. Діагностика та моделювання PR-процесів [монографія] / А.В.Курбан. – К.: Українська конфедерація журналістів, 2012. - 157 с.
3. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [навчальний посібник] /О.В.Курбан. – К.; Видавництво «Кондор», 2014. – 246 с.
4. Пользователи Интернет в Украине: характеристики и прогноз численности [электронный ресурс] // InMind factor group. – URL:<http://www.inmind.com.ua/press/publications/188/>

Семінар 2.

ПОНЯТІЙНИЙ ТА ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ АПАРАТ КУРСУ

1. Структура та складові частини поняття «Інтернет».
2. «Інтернет-комунікація»: базові принципи та структура.
3. Структура інтернет-комунікаційного процесу.
4. «Кібер-культура»: структура та складові частини.

Основна література:

1. Конык Д., Рендер С. Расставьте сети. Как использовать Интернет в интересах вашего бизнеса / Д. Конык. С.Рендер. – К.: ООО «Компания ЛИК», 2011. – 120 с.
2. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [навчальний посібник] /О.В.Курбан. – К.; Видавництво «Кондор», 2014. – 246 с.
3. Социальный медиа маркетинг [электронный ресурс] // [Словарь Социальный Медиа Маркетинг.](#) – URL: <http://neoproseo.tumblr.com/post/22706583590>
Интернет в Украине [электронный ресурс] // Википедия. –
URL:http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82_%D0%BD%D0%B0_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5
4. Халилов Д. 100 инструментов SMM-продвижения [Електронний ресурс] / Дамир Халилов // Маркетинг в социальных сетях: секреты и советы. - URL:<http://www.seowrite.ru/>

Семінар 3.

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТА СТАН СПРАВ В УКРАЇНСЬКИЙ ЗОНІ ІНТЕРНЕТ

1. Поширення мережі Інтернет в Україні.
2. Структура сучасного українського інтернет-простору .
3. Суб'єкти та об'єкти української зони Інтернет.
4. Проблеми та перспективи розвитку українського інтернет-простору.

Основна література:

1. Конык Д., Рендер С. Расставьте сети. Как использовать Интернет в интересах вашего бизнеса / Д. Конык. С.Рендер. – К.: ООО «Компания ЛИК», 2011. – 120 с.
2. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [навчальний посібник] /О.В.Курбан. – К.; Видавництво «Кондор», 2014. – 246 с.
3. Пользователи Интернет в Украине: характеристики и прогноз численности [электронный ресурс] // InMind factor group. – URL:<http://www.inmind.com.ua/press/publications/188/>
4. Социальный медиа маркетинг [электронный ресурс] // [Словарь Социальный Медиа Маркетинг.](#) – URL: <http://neoproseo.tumblr.com/post/22706583590>
Интернет в Украине [электронный ресурс] // Википедия. – URL:

Змістовий модуль 2.

Шляхи та методи розбудови сучасних інтернет-комунікацій**Семінар 4.****НАРОДЖЕННЯ ТА СТАНОВЛЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ**

1. Технології Web 1.0: народження та еволюція.
2. Розвиток тихнологій Web 1.0: проблеми та перспективи.
3. Типологія та класифікація ресурсів Web 1.0
4. Соціокомунікаційна модель Web 1.0.

Основна література:

1. Конык Д., Рендер С. Расставьте сети. Как использовать Интернет в интересах вашего бизнеса / Д. Конык. С.Рендер. – К.: ООО «Компания ЛИК», 2011. – 120 с.
 2. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [навчальний посібник] /О.В.Курбан. – К.; Видавництво «Кондор», 2014. – 246 с.
 3. Социальный медиа маркетинг [электронный ресурс] // [Словарь Социальный Медиа Маркетинг.](http://neoproseo.tumblr.com/post/22706583590) – URL: <http://neoproseo.tumblr.com/post/22706583590>
- Интернет в Украине [электронный ресурс] // Википедия. –
 URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82_%D0%BD%D0%B0_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5

Семінар 5.**ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖІ В СТРУКТУРІ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА**

1. Типологія та класифікація сучасних соціальних мереж.
2. Історія народження та розвитку соціальних мережевих технологій.
3. Технології розбудови реальних соціальних мереж
4. Методи моніторингу та просування контенту у соціальних мережах.

Основна література:

1. Конык Д., Рендер С. Расставьте сети. Как использовать Интернет в интересах вашего бизнеса / Д. Конык. С.Рендер. – К.: ООО «Компания ЛИК», 2011. – 120 с.
2. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [навчальний посібник] /О.В.Курбан. – К.; Видавництво «Кондор», 2014. – 246 с.

3. Пользователи Интернет в Украине: характеристики и прогноз численности [электронный ресурс] // InMind factor group. – URL:<http://www.inmind.com.ua/press/publications/188/>
4. Социальный медиа маркетинг [электронный ресурс] // Словарь Социальный Медиа Маркетинг. – URL: <http://neoproseo.tumblr.com/post/22706583590>
Интернет в Украине [электронный ресурс] // Википедия. – URL:http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82_%D0%BD%D0%B0_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5
5. Халилов Д. 100 инструментов SMM-продвижения [Электронный ресурс] / Дамир Халилов // Маркетинг в социальных сетях: секреты и советы. - URL:<http://www.seowrite.ru/>

Семінар 6.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ІНТЕРНЕТ-СУСПІЛЬСТВА

1. Приватний сектор в мережі Інтернет.
2. Інтернет-комунікації в системі державного управління.
3. Громадські проекти в мережі Інтернет.
4. Інтернет-ЗМІ: структура та принципи функціонування.

Основна література:

1. Конык Д., Рендер С. Расставьте сети. Как использовать Интернет в интересах вашего бизнеса / Д. Конык. С.Рендер. – К.: ООО «Компания ЛИК», 2011. – 120 с.
2. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [навчальний посібник] /О.В.Курбан. – К.; Видавництво «Кондор», 2014. – 246 с.
3. Пользователи Интернет в Украине: характеристики и прогноз численности [электронный ресурс] // InMind factor group. – URL:<http://www.inmind.com.ua/press/publications/188/>
4. Рагимова С. Найди меня, если сможешь [Электронный ресурс] / С.Рагимова // Sostav.ru . - URL: <http://www.sostav.ru/articles/2010/06/16/ko1/>
5. Социальный медиа маркетинг [электронный ресурс] // Словарь Социальный Медиа Маркетинг. – URL: <http://neoproseo.tumblr.com/post/22706583590>
Интернет в Украине [электронный ресурс] // Википедия. – URL:

VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Змістовий модуль I.

Тема 1-3. Базові основи сучасних інтернет-комунікацій та кіберкультури – 20 год.

1. Скласти хронологічну таблицю розвитку мережі Інтернет – 5 год.
2. Дослідити структуру комунікаційного процесу у форматі інтернет-комунікацій Web 1.0 – 5 год.
3. Проаналізувати особливості та специфіку інтернет-комунікацій на базі типового корпоративного порталу – 5 год.
4. Підготувати рекомендації для здійснення промоції контенту у форматі Web 1.0 – 5 год.

Змістовий модуль II.

Теми 3-6. Шляхи та методи розбудови сучасних інтернет-комунікацій – 20 год.

1. Скласти перелік сучасних інструментів у форматі технології Web 2.0 – 5 год.
2. Проаналізувати позитивні та негативні моменти промоції контенту у форматі Web 2.0 – 5 год.
3. Підготувати рекомендації щодо підготовки контенту для промоції публічної особи – 5 год.
4. Провести моніторинг щодо популярності певного аккаунту у форматі окремої соціальної мережі – 5 год.

На карті самостійної роботи визначено форми академічного контролю, успішність (бали) і термін виконання самостійної роботи студентами, подано у вигляді табл. 6.1.

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль I.			
Базові основи сучасних інтернет-комунікацій та кіберкультури			
Тема 1. Історія розвитку та становлення Інтернет-комунікацій	Індивідуальне заняття, семінарське заняття, залік	5	I
Тема 2. Специфіка та особливості сучасної кіберкультури	Есе, модульний контроль, залік	5	II
Тема 3. Українська зона Інтернет: специфіка та перспективи розвитку	Есе, модульний контроль, залік	5	III
Змістовий модуль II.			
Шляхи та методи розбудови сучасних інтернет-комунікацій			
Тема 4. Технології Web 1.0: базові принципи та формат роботи	Індивідуальне заняття, залік	5	V
Тема 5. Технології Web 2.0: структура та принципи функціонування	Семінарське заняття, модульний контроль, залік	5	VI
Тема 6. Технології Web 3.0: принципи функціонування та перспективи розвитку	Семінарське заняття, самостійна робота, залік	5	VII
<i>Разом: 40 год.</i>	<i>Разом: 30 балів</i>		

VII. ІНДИВІДУАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНА РОБОТА

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ) з курсу "Інтернет-комунікації та кіберкультура" – це вид науково-дослідної роботи студентів, яка містить результати дослідницького пошуку, відображає певний рівень його навчальної компетентності.

Мета ІНДЗ: систематизація, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань із навчального курсу, удосконалення навичок самостійної навчально-пізнавальної діяльності.

Зміст ІНДЗ: завершена практична робота у межах навчальної програми курсу, яка виконується на основі знань, умінь та навичок, отриманих під час лекційних та семінарських занять і охоплює декілька тем або весь зміст навчального курсу.

Вид ІНДЗ, вимоги до нього та оцінювання: комунікаційний аналіз соціальних процесів (30 балів).

Критерії оцінювання ІНДЗ

№ п/п	Критерії оцінювання роботи	Максимальна кількість балів за кожним критерієм
1.	Ідентифікація комунікаційного процесу	3 бали
2.	Оцінка ефективності комунікаційного процесу	4 бали
3.	Аналіз структури комунікаційного процесу	5 балів
4.	Оцінка ефективности складових частин комунікаційного процесу	5 бали
5.	Аудит інформаційного поля досліджуваного об'єкту	9 бали
6.	Моделювання соціального комунікаційного процесу	4 бали
Разом		30 балів

Оцінка з ІНДЗ є обов'язковим балом, який враховується при підсумковому оцінюванні навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни "Інтернет-комунікації та кіберкультура". Студент може набрати максимальну кількість балів за ІНДЗ – 30 балів.

VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни "Інтернет-комунікації та кіберкультура" оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової 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. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 8.1, табл. 8.2.

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	6	6
2	Відвідування практичних (семінарських) занять	1	6	6
3	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	6	30
4	Робота на семінарському занятті	10	6	60
5	Модульна контрольна робота	25	2	50
6	ІНДЗ	30	1	30
максимальна кількість балів 182				

Розрахунок: $182:100=1,8$

Студент набрав: 150

Оцінка: $150:1,8= 83$ (бала за семестр)

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

➤ **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.

➤ **Методи письмового контролю:** модульна контрольна робота.

**Порядок переведення рейтингових показників успішності
у європейські оцінки ECTS**

Підсумкова кількість балів (max – 100)	Оцінка за 4-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS
1 – 34	«незадовільно» (з обов'язковим повторним курсом)	F
35 – 59	«незадовільно» (з можливістю повторного складання)	FX
60 - 68	«задовільно»	E
69 – 74		D
75 - 81	«добре»	C
82– 89		B
90 – 100	«відмінно»	A

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється 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:

- ✓ вчасність 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*: вправи.

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:

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

X. 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 "Інтернет-комунікації та кіберкультура".

XI. ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ

Теоретичні питання:

1. Сучасні технології супроводження соціальних комунікативних процесів.
2. Хай-тек технології в контексті сучасних комунікаційних процесів.
3. Технології Хай-х'юм – специфіка та принципи застосування в рекламі та PR.
4. Інституалізація сучасного суспільства в форматі Інтернет.
5. Історія виникнення та становлення мережі Інтернет.
6. Технології комунікації в форматі Web 1.0
7. Структура та специфіка використання комунікативних технологій у форматі Web 2.0.
8. Система Web 3.0 в системі сучасних соціальних комунікацій та перспективи подальшого розвитку.
9. Технології оптимізації веб-ресурсів: SEO, SMO.
10. Інструменти моніторингу та оптимізації веб-ресурсів в пошуковій системі Google.
11. Технології оцінки та промоції в пошуковому ресурсі Yandex.
12. Структура та принципи функціонування типової соціальної мережі.
13. Типологія та класифікація сучасних віртуальних соціальних мереж.
13. Структура та принципи функціонування соціальної мережі Facebook.
14. Шляхи та методи застосування мережі Facebook у рекламі та PR.
15. Структура та принципи функціонування соціальної мережі VKontakte.
16. Комунікаційні інструменти в форматі мережі VKontakte.
17. Структура та базові положення соціальної мережі LinkedIn.
18. Структура та специфіка функціонування соціальної мережі Однокласники.ru

19. Принципи та правила застосування соціальної мережі Однокласники.ru в галузі реклами та зв'язків з громадськістю.
20. Контекстна реклама: базові принципи та шляхи застосування.
21. Інструменти та правила промоції контенту в соціальних мережах.
22. Інструменти та шляхи промоції корпоративних брендів в соціальних мережах.
23. Шляхи та методи промоції публічних осіб в соціальних мережах.
24. Стратегія промоції в соціальних мережах: структура та базові принципи.
25. Тактичні схеми промоції у соціальних мережах та їх специфіка та особливості.

Практичні завдання:

1. Розробити орієнтовний план промоції корпоративного бренду в соціальних мережах (комерційна, політична, державна, громадська структура).
2. Розробити орієнтовний план промоції товару або послуги у соціальних мережах.
3. Підготувати пропозиції з оптимізації веб-порталу в пошуковій системі Google.
4. Підготувати пропозиції з оптимізації веб-порталу в пошуковій системі Yandex.
5. Дати оцінку ефективності реальної кампанії із промоції рекламної інформації в соціальних мережах (на вибір).
6. Оцінити інформативність та ефективність промоції реального блогу (на вибір).
7. Дати оцінку ефективності інформаційної кампанії із промоції публічної особи (на вибір) в соціальних мережах.
8. Підготувати пропозицію із промоції контенту в системі Web 3.0
9. Оцінити ефективність реальної тематичної дискусії в соціальній мережі.
10. Оцінити інформаційну ефективність особистого аккаунту в соціальній мережі.
11. Оцінити інформаційну цінність конкретної тематичної групи (на вибір) в соціальній мережі.
12. Розробити пропозиції з промоції у мережі LiveJournal.

ХІІ. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

5. Бабаев А. Контекстная реклама / А. Бабаев, Н. Евдокимов, А. Иванов. – СПб.: Питер, 2012. – 304 с.
6. Конык Д., Рендер С. Расставьте сети. Как использовать Интернет в интересах вашего бизнеса / Д. Конык. С.Рендер. – К.: ООО «Компания ЛИК», 2011. – 120 с.
7. Курбан О.В. Діагностика та моделювання PR-процесів [монографія] / А.В.Курбан. – К.: Українська конфедерація журналістів, 2012. - 157 с.
8. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: [навчальний посібник] /О.В.Курбан. – К.; Видавництво «Кондор», 2014. – 246 с.

Допоміжна

9. Пользователи Интернет в Украине: характеристики и прогноз численности [электронный ресурс] // InMind factor group. – URL:<http://www.inmind.com.ua/press/publications/188/>
10. Рагимова С. Найди меня, если сможешь [Електронний ресурс] / С.Рагимова // Sostav.ru . - URL: <http://www.sostav.ru/articles/2010/06/16/ko1/>

15. Інформаційні ресурси

11. Социальный медиа маркетинг [электронный ресурс] // [Словарь Социальный Медиа Маркетинг.](http://neoproseo.tumblr.com/post/22706583590) – URL: <http://neoproseo.tumblr.com/post/22706583590>
Интернет в Украине [электронный ресурс] // Википедия. –
URL:http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82_%D0%BD%D0%B0_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5
12. Рагимова С. Найди меня, если сможешь [Електронний ресурс] / С.Рагимова // Sostav.ru . - URL: <http://www.sostav.ru/articles/2010/06/16/ko1/>
13. Халилов Д. 100 инструментов SMM-продвижения [Електронний ресурс] / Дамир Халилов // Маркетинг в социальных сетях: секреты и советы. - URL:<http://www.seowrite.ru/>