

Міністерство освіти і науки України

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Навчально-методичний центр післядипломної освіти та підвищення
кваліфікації

«Затверджено»

Перший проректор Дніпровського
національного університету

імені Олеся Гончара

Олег ДРОБАХІН

2021 р.



Програма та навчальний план

підвищення кваліфікації за програмою:

«Медіаосвіта та прикладні соціально-комунікаційні технології»

Дніпро

2021

Розробник (-и): **Бутиріна Марія Валеріївна**, зав.кафедри масової та міжнародної комунікації факультету систем і засобів масової комунікації, д.соц.ком., проф.

Лященко Анжела Вадимівна, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, к.соц.ком.

Робоча програма схвалена на засіданні вченої ради факультету систем і засобів масової комунікації

Протокол від « 14 » 09 2021 року № 2

Голова вченої ради факультету систем і засобів масової комунікації



Володимир ДЕМЧЕНКО

Робоча програма схвалена на засіданні науково-методичної ради НМЦ ПДО ПК

Протокол від « 10 » 09 2021 року № 1

В.о. голови науково-методичної ради НМЦ ПДО ПК

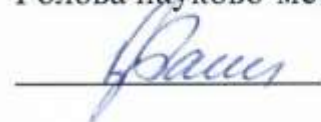


Владислав КЛОЧКО

Робоча програма затверджена на засіданні науково-методичної ради ДНУ

Протокол від « 21 » 09 2021 року № 1

Голова науково-методичної ради ДНУ



Олег ДРОБАХІН

**Профіль програми підвищення кваліфікації
«Медіаосвіта та прикладні соціально-комунікаційні технології»**

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара Факультет систем та засобів масової комунікації Навчально-методичний центр післядипломної освіти та підвищення кваліфікації
Офіційна назва програми	«Медіаосвіта та прикладні соціально-комунікаційні технології»
Форми навчання	Денна, заочна, дистанційна
Мова(и) викладання	українська
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Документ встановленого зразка ДНУ, 2 кредити ЄКТС
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.dnu.dp.ua
2 – Мета освітньої програми	
Підвищення кваліфікації з медіаосвіти та прикладних соціально-комунікаційних технологій для впровадження сучасних медіа-технологій в освітній процес, державне управління та підприємницьку діяльність в сучасному інформаційно-цифровому середовищі, що характеризується невизначеністю умов і чинників.	
3 – Програмні компетентності	
<ol style="list-style-type: none"> 1.Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання у галузі журналістики. 2.Здатність аналізувати та критично осмислювати тенденції розвитку медіасфери на основі різних наукових парадигм. 3.Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. 4.Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. 5.Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. 6.Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів). 7.Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. 8.Здатність усвідомлювати рівні можливості та гендерні проблеми 9.Здатність: ідентифікувати фейки; перевіряти фото й відео завдяки онлайн-інструментам Google Search by Image тощо; відрізнити факти від суджень; усвідомлювати небезпеку поширення фейків щодо COVID-19. 10.Здатність ідентифікувати достовірні джерела інформації. 11.Здатність критично мислити і ідентифікувати проблемні аспекти медіагалузі. 	

12. Вміння аналізувати та критично оцінювати якість медіаконтенту, створеного зі залученням різних каналів комунікації.
13. Здатність до управління суб'єктами медійної діяльності.
14. Здатність діяти на основі етичних міркувань, соціально відповідально і свідомо (етичні та соціальні зобов'язання).
15. Здатність володіти й уміло застосувати в роботі мовні норми.

4 – Програмні результати навчання

1. Аналізувати та узагальнювати результати досліджень і робити висновки про закономірності.
2. Знати тренди розвитку медіасфери.
3. Оцінювати проблемні питання професійної діяльності
4. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.
5. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань
6. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.
7. Практикувати соціально відповідальну поведінку в професійній сфері, ефективно працювати в команді.
8. Діяти на основі етичних засад професійної діяльності.
9. Орієнтуватися у масово-інформаційних та комунікативних процесах.
10. Поглибити свої навички щодо спростування фейків.
11. Оптимізувати процес верифікації інформації.
12. Удосконалити: навички розпізнавання маніпуляцій у традиційних та соціальних медіа: фейки, боти, деза;
13. Поглибити знання щодо понять “неправда” і “фейк”; інформаційної гігієни в контексті пандемії COVID-19.
14. Мати навички аналітичного прочитання матеріалів ЗМК.
15. Володіти медіаосвітньою проблематикою та виконувати медіакритичні студії.
16. Передбачати поведінку аудиторії на новий інформаційний продукт чи нову інформаційну акцію.
17. Оцінювати проблемні питання професійної діяльності, застосовуючи знання з різних предметних галузей.
18. Передбачати поведінку аудиторії на новий інформаційний продукт чи нову інформаційну акцію.
19. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

5 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення відповідає чинним Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення навчальних приміщень та соціальна інфраструктура університету в повному обсязі відповідає чинним Ліцензійним умовам. В освітньому процесі використовується мультимедійне обладнання для проведення лекцій, для практичних та лабораторних занять – обладнання комп'ютерних лабораторій.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної
роботи Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара

Д.М. Свинаренко

" _____ " _____ 2021 р.



НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

курсів підвищення кваліфікації

за програмою «Медіаосвіта та прикладні соціально-комунікаційні технології»

№ з/п	Назва тем	Кількість годин			Всього годин
		лекції	практ.	сам. робота	
1.	Медіаосвіта та медіакритика	4	10	6	20
2.	Прикладні соціально-комунікаційні технології	4	6	10	20
3.	Видавнича справа та міжкультурні комунікації	4	6	10	20
	Всього годин	12	22	26	60

В.о. директора Навчально-методичного центру
післядипломної освіти та підвищення кваліфікації

В.О. Ключко

Тематичний план курсу «Медіаосвіта та медіакритика»

(14 годин)

№ з/п	Тема	Вид заняття	Кількість годин
1.	Тема 1. Актуальні тренди розвитку медіасфери. Журналістика і постжурналізм. Партисипативні моделі журналістики. Гіперлокальні медіа. Аматорський та професійний контент. Механізми медіатизації політики, мистецтва, релігії. Роль соціальних мереж у розвитку медіагалузі.	лекція	2
2.	Тема 2. Диджитал-медіа. Особливості онлайнної комунікації. Пошук та верифікація інформації в інтернеті. Алгоритми онлайнної самопрезентації. Специфіка створення та просування диджитального контенту та аудиторної взаємодії.	лекція	2
3.	Тема 3. Моніторинг порушення професійних стандартів у ЗМІ. Професійні стандарти журналістики: баланс думок, достовірність, відокремлення фактів від коментарів, точність, повнота, оперативність. Причини і наслідки порушення журналістами стандартів у медіатекстах.	практичне, семінарське заняття	2
4.	Тема 4. Інформація і дезінформація. Фактчекінг. Ознаки епохи постправди, в яку ми живемо. Дезінформація, фейки та маніпуляції. Підходи до виявлення фейкових повідомлень. Фейки у період пандемії.	практичне, семінарське заняття	2
5.	Тема 5. Медіакритика і медіакритичне мислення. Академічна, професійна й масова медіакритика. Об'єкти медіакритики. Медіакритичне мислення і підходи до його формування.	практичне, семінарське заняття	2
6	Тема 6. Медіавплив: форми і наслідки Механізми впливу медіа на суспільство. Медіастереотипізація. Формування настанов на сприйняття. Маніпуляції у медіа.	практичне, семінарське заняття	2

7.	Тема 7. Девіантні форми комунікації у соціальних мережах. Кібербулінг. Причини мовленнєвої агресії у мережевому середовищі. Форми мовленнєвої агресії: тролінг, флеймінг, ельфінг. Мова ворожнечі у соцмережах. Явище кібербулінгу.	практичне, семінарське заняття	2
Усього			14

Рекомендована література:

1. Актуальні тренди сучасного комунікативного простору : колективна монографія / за заг. ред. В.Д. Демченка. Дніпро : ГРАНІ, 2020. 100 с.
2. Бутиріна М. В. Основні тренди та конструкти постжурналістики. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Соціальні комунікації*. 2017. Вип. 12. С. 9-13. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhISK_2017_12_4.
3. Медіасфера: локальне та глобальне. Колективна монографія / за заг. ред. В.Д. Демченка. Дніпро : Журфонд, 2021. 214 с.
4. Гороховський О.М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи: практичний посібник. Дніпро : ЛПА, 2017. 133 с.
5. Salaverría, R. Digital journalism. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 2019. P. 1-11. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0189>.

Тематичний план курсу «Прикладні соціально-комунікаційні технології»

(8 години)

№ з/п	Тема	Вид заняття	Кількість годин
1.	Тема 1. Цифрові прикладні соціально-комунікаційні технології. Конвергенція у медіа. Комунікаційний потенціал диджитал-технологій. Оптимізація впливу на цільову аудиторію.	лекція, практичне заняття	2
2.	Тема 2. Організаційні комунікації. Поняття внутрішнього та зовнішнього комунікаційного середовища організації. Комунікаційний інструментарій, спрямований на різні аудиторні сегменти.	практичне заняття	2

3.	Тема 3. Нейромаркетинг. Сучасні підходи до вивчення поведінки споживача та створення ефективної комунікації.	лекція, практичне заняття	3
4.	Тема 4. Рекламний образ. Механізми створення ефективного рекламного образу. Прийоми залучення уваги цільової аудиторії до рекламного продукту.	практичне заняття	3

Рекомендована література:

1. Телетов О.С. Рекламний менеджмент : підручник для ВНЗ. 3-тє вид., випр. Суми : Університетська книга, 2015. 367 с.
2. Рекламний креатив: навчальний посібник / Укладачі: О. І. Вікарчук, О.О. Калініченко, С.М. Ніколаєнко, І.О. Пойта. Житомир: Видавець О. О. Євенок, 2018. 208 с.
3. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник / Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с.
4. Код зламано, або Наука про те, що змушує купувати/ Фил Барден. - пер. з англ. І. Андрущенко. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2017. - 304 с.
5. Buyology: захоплююча подорож в мозок сучасного споживача/ Мартін Ліндстром [Пер. з англ. Е. Фалюк]. - М.: Ексмо, 2010. - 240 с.
6. Нейромаркетинг: Візуалізація емоцій / Арндт Трайндл; Пер. з нім. - М.: Альпіна Бізнес Букс, 2007. - 114 с.
7. Нейромаркетинг в дії. Як проникнути в мозок покупця / Девід Льюїс; пер. з англ. Марії Мацковская. - М.: Манн, Іванов і Фербер, 2015. - 304 с.
8. Вертайм К. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий (Digi Marketing: The Essential Guide to New media & Digital Marketing) / К. Вертайм, Я. Фенвик. – М.: Издательство Альпина Паблшер, Юрайт, 2010. – 384 с.
9. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. посіб. – Київ: Центр учбової літератури, 2013. – 202 с.

Тематичний план курсу «Видавнича справа та міжкультурні комунікації»

(8 години)

№ з/п	Тема	Види занять	Кількість годин
1.	Тема 1. Функції редактора у структурі редакції та видавництва. Форми взаємодії автора з редактором. Функції редактора.	Лекція	2
2.	Тема 2. Типові мовностилістичні помилки в авторському оригіналі. Авторське саморедагування: алгоритм підготовки тексту до оприлюднення.	Лекція, практичне заняття	3
3.	Тема 3. Міжкультурні комунікації як напрямок сучасної науки. Засоби ефективної міжкультурної комунікації у різних сферах спілкування. Міжнародні кінофестивалі, книжкові форуми, літературні премії, виставкова діяльність: досягнення, тренди, актуальна проблематика.	Лекція, практичне заняття	3
4.	Тема 4. Мережеві ресурси: контент та редагування. Специфіка роботи редактора конвергентної редакції. Спільні та відмінні риси у роботі редактора традиційних медіаредакцій та книжкових видавництв.	Лекція, практичне (семінарське) заняття	2

Рекомендована література:

1. Загнітко А.П. Сучасні лінгвістичні теорії. – Донецьк. – 2007. - 240 с
2. Серажим К.С. Текстознавство. Підручник 2-ге вид. – К.: Київський університет, 2012. – 528 с.
3. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. – К.: Академія, 2004. – 342 с.
4. Капелюшний А. О. Редагування в засобах масової інформації: Навч. посібник. — Львів: ПАІС, 2005. — 304 с.

5. Лінгвістика впливу : [Монографія] / В.В. Різун, Н.Ф. Непийвода, В.М. Корнєєв. – К., 2005. – 148 с
6. Яцимірська М.Г. Прагматично-комунікативні особливості вербальної комунікації в Інтернеті // Пресознавчі студії : історія, теорія, методологія. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка 2007.–Вип.8.– С.245–246.
7. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація: навч. посіб. / В.М. Манакін. – К.: ВЦ «Академія», 2012. – 288с.
8. Словник термінів і понять до вивчення дисциплін «Міжкультурні комунікації», «Історія української культури», «Світова культура» / Підмогильна Н.В., Іванова Н.І., Полішко Н.Є. – Дніпро:«Ліра», 2018. – 118 с.