

**Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича**

**Філологічний факультет**

**Кафедра журналістики**

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

**Декан філологічного факультету**

 **/Бунчук Б. І./**

**« 12 » 08 2024 року**

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**навчальної дисципліни**  
**«Мультимедійний практикум»**  
**обов'язкова**

**Освітньо-професійна програма «Журналістика та кросмедійність»**

**Спеціальність 061 Журналістика**

**Галузь знань 06 Журналістика**

**Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)**

**Філологічний факультет**

---

**Мова навчання**                      українська

**Чернівці 2024 рік**

Робоча програма навчальної дисципліни «Мультимедійний практикум» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Журналістика та кросмедійність» (спец. 061 «Журналістика»), затвердженої Вченою радою Чернівецького університету (протокол № 8 від 6 травня 2024 року).

Розробники: к.н.с.к., доц. Шутяк Л.М.

Викладачі: к.н.с.к., доц. Шутяк Л.М.

Погоджено з гарантом ОП й затверджено на засіданні кафедри журналістики протокол № 1 від 12 серпня 2024 року.

Завідувач кафедри



Василик Л. Є.

Схвалено методичною радою філологічного факультету протокол № 1 від 12 серпня 2024 року.

Голова методичної ради  
філологічного факультету



Антофійчук А. М.

©Шутяк Л.М.,  
2024 рік

**Мета** дисципліни полягає в тому, щоб надати студентам теоретичні знання та практичні навички у створенні, редагуванні та розповсюдженні мультимедійного контенту, що включає текст, графіку, відео, аудіо та інтерактивні елементи. Курс спрямований на розвиток творчих та технічних здібностей студентів для професійної роботи у сферах медіа, реклами, комунікацій та цифрового маркетингу, з акцентом на інноваційні підходи та використання сучасних технологій.

Дисципліна «Мультимедійний практикум» призначена для підготовки фахівців за освітньо-професійною програмою «Журналістика та кросмедійність» спеціальності 061 Журналістика. Вивчення цієї дисципліни є складовою професійної підготовки майбутніх фахівців, оскільки дозволяє орієнтуватися у роботі різноманітних платформ для передачі інформації в мережі.

#### **Пререквізити:**

ППО20. Основи запису та редагування аудіо

ППО21. Інфографіка

ППО22. Основи запису та редагування відео

#### **Результати навчання.**

Навчальна дисципліна «Мультимедійний практикум» спрямована на забезпечення та засвоєння таких *загальних і спеціальних компетентностей*:

#### **Загальні:**

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

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

ЗК07. Здатність працювати в команді.

#### **Фахові:**

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

У результаті засвоєння змісту навчальної дисципліни студент має набути таких *програмних результатів навчання*:

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

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

ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

## Опис навчальної дисципліни

### Загальна інформація про розподіл годин

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумкового контролю
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	4	7	7	210	30	45	-	-	129	6	залік
Заочна	4	7	7	210	6	6	-	-	192	6	залік

### Структура змісту навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Теми лекційних занять</b>	<b>Змістовий модуль 1. ОСНОВИ МУЛЬТИМЕДІАПРОДУКЦІЇ</b>											
Тема 1. Вступ до концепції мультимедіа та її ролі в сучасній журналістиці.	15	1	3			9	15					13
Тема 2. Формати та типи мультимедійного контенту	15	1	3			9	15	1			1	13
Тема 3. Створення мультимедій	15	1	3			9	15	1				13

них історій												
Тема 4. Мобільна журналістик а	15	1	3		1	9	15	1	1			13
Тема 5. Технічні аспекти створення відеоконтен ту: основи зйомки, використанн я камери, монтаж відео	15	1	3		1	9	15	1			1	13
Тема 6. Основи створення подкастів, запису звуку, робота з аудіоредакторами , створення аудіоісторій.	15	1	4		1	10	15					13
Тема 7. Основи створення інфографіки та візуалізацій даних для доповнення журналістсь ких матеріалів.	15	2	4			10	15		1		1	18
Разом за ЗМ1	105	15	23	-	3	65	105	3	3	-	3	96
<b>Теми лекційних занять</b>	<b>Змістовий модуль 2. ІНТЕРАКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ В ЖУРНАЛІСТИЦІ</b>											
Тема 8. Важливість візуального контенту, основи фотозйомки, правила композиції та редагування фотографій.	15	1	3			9	15					13
Тема 9. Використан ня інтерактивн	15	1	3			9	15		1		1	13

их карт, графіків та інших інструментів для створення мультимедійних матеріалів												
Тема 10. Основи створення анімації для пояснення складних тем або даних.	15	1	3		1	9	15	1			1	13
Тема 11. Поєднання різних медіаформатів у довгих репортажах або спецпроєктах.	15	1	3		1	9	15	1				13
Тема 12. Монетизація мультимедійного контенту	15	1	3			9	15		1			13
Тема 13. Огляд інструментів для публікації та просування мультимедійного контенту (YouTube, TikTok, Instagram, власні вебсайти тощо).	15	1	3		1	9	15	1			1	13
Тема 14. Питання авторських прав, етики використання чужого контенту, захисту прав журналістів	15	1	4			10	15		1			18

і респонденті в у мультимедійній журналістиці.												
Разом за ЗМ 2	105	15	22	-	3	64	105	3	3	-	3	96
<b>Усього годин</b>	<b>210</b>	<b>30</b>	<b>45</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>129</b>	<b>210</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>192</b>

### Тематика лекційних занять з переліком питань

№	Назва теми з основними питаннями - план	Кількість годин
1.1.	<b>Тема 1. Вступ до концепції мультимедіа та її ролі в сучасній журналістиці.</b> <i>ПЛАН</i> 1. Що таке мультимедіа та які його основні складові? 2. Як мультимедійні технології впливають на роботу сучасного журналіста? 3. Які тренди визначають розвиток мультимедійної журналістики у майбутньому?	2
1.2.	<b>Тема 2. Формати та типи мультимедійного контенту</b> <i>ПЛАН</i> 1. Основні формати мультимедійного контенту, які використовуються в журналістиці. 2. Які існують типи мультимедійного контенту та їхні особливості? 3. Як обрати відповідний мультимедійний формат для журналістського матеріалу?	2
1.3.	<b>Тема 3. Створення мультимедійних історій</b> <i>ПЛАН</i> 1. Основні етапи створення мультимедійної історії (вибір теми та дослідження матеріалу, розробка структури історії, підбір мультимедійних елементів). 2. Як ефективно поєднувати різні мультимедійні формати у сторітелінгу? 3. Інструменти й технології, що допомагають у створенні мультимедійних історій.	2
1.4.	<b>Тема 4. Мобільна журналістика</b> <i>ПЛАН</i>	2

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Що таке мобільна журналістика і які її основні особливості?</li> <li>2. Інструменти й додатки, що використовуються в мобільній журналістиці.</li> <li>3. Принципи якісного контенту у мобільній журналістиці.</li> </ol>	
1.5.	<p><b>Тема 5. Технічні аспекти створення відеоконтенту: основи зйомки, використання камери, монтаж відео</b></p> <p><i>ПЛАН</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основні принципи якісної відеозйомки.</li> <li>2. Як правильно налаштувати камеру для зйомки?</li> <li>3. Ключові етапи монтажу відео та які інструменти.</li> </ol>	2
1.6.	<p><b>Тема 6. Основи створення подкастів, запису звуку, робота з аудіоредакторами, створення аудіоісторій.</b></p> <p><i>ПЛАН</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ключові етапи створення подкасту і техніки підготовки якісного контенту.</li> <li>2. Як забезпечити якісний запис звуку для подкасту?</li> <li>3. Які програми та техніки використовуються для редагування аудіо та створення аудіоісторій?</li> </ol>	2
1.7.	<p><b>Тема 7. Основи створення інфографіки та візуалізацій даних для доповнення журналістських матеріалів</b></p> <p><i>ПЛАН</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Види інфографіки: статична, інтерактивна, анімаційна.</li> <li>2. Основні принципи створення ефективної інфографіки.</li> <li>3. Як обирати та обробляти дані для візуалізації?</li> <li>4. Інструменти, що використовуються для створення інфографіки та візуалізацій.</li> </ol>	2
2.1.	<p><b>Тема 8. Важливість візуального контенту, основи фотозйомки, правила композиції та редагування фотографій</b></p> <p><i>ПЛАН</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вплив зображень на сприйняття інформації та емоційний зв'язок із аудиторією.</li> </ol>	2



	<p>2. Основи фотозйомки та правила композиції, що допомагають створювати якісні зображення.</p> <p>3. Основи постобробки: корекція кольору, контраст, експозиція, різкість.</p> <p>4. Етичні аспекти редагування фотографій у журналістиці (уникнення маніпуляцій, збереження достовірності).</p>	
2.2.	<p><b>Тема 9. Використання інтерактивних карт, графіків та інших інструментів для створення мультимедійних матеріалів</b></p> <p><i>ПЛАН</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль інтерактивних елементів у сучасній журналістиці. Приклади успішних проєктів.</li> <li>2. Взаємодія аудиторії з інтерактивним контентом: залучення, персоналізація, аналітика.</li> <li>3. Інструменти, які використовуються для створення інтерактивних карт, графіків та візуалізацій.</li> <li>4. Вибір формату інтерактивного контенту відповідно до типу інформації.</li> <li>5. Як інтегрувати інтерактивні елементи в журналістські матеріали?</li> </ol>	2
2.3.	<p><b>Тема 10. Основи створення анімації для пояснення складних тем або даних</b></p> <p><i>ПЛАН</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Чому анімація є ефективним інструментом для пояснення складних тем?</li> <li>2. Основні принципи створення якісної анімації.</li> <li>3. Які інструменти використовуються для створення анімованого контенту?</li> </ol>	2
2.4.	<p><b>Тема 11. Поєднання різних медіаформатів у довгих репортажах або спецпроєктах</b></p> <p><i>ПЛАН</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Техніки поєднання тексту, відео, аудіо та графіку для створення цілісного спецпроєкту.</li> <li>2. Як забезпечити баланс між глибиною матеріалу і зрозумілістю для аудиторії при поєднанні медіаформатів?</li> <li>3. Технічні аспекти при інтеграції різних медіаформатів.</li> </ol>	3
2.5.	<p><b>Тема 12. Монетизація мультимедійного контенту</b></p> <p><i>ПЛАН</i></p>	3

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основні моделі монетизації мультимедійного контенту (рекламні, підписка, продаж контенту та ліцензування).</li> <li>2. Як вибрати правильну стратегію монетизації в залежності від типу контенту та платформи?</li> <li>3. Робота з аналітикою та адаптація контенту для збільшення доходу.</li> </ol>	
2.6.	<p><b>Тема 13. Огляд інструментів для публікації та просування мультимедійного контенту (YouTube, TikTok, Instagram, власні вебсайти тощо)</b></p> <p><i>ПЛАН</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інструменти та платформи монетизації мультимедійного контенту (YouTube Partner Program, Patreon).</li> <li>2. Формати контенту на різних платформах: відео, сторіз, пости, стріми, інтерактиви.</li> <li>3. Переваги та обмеження кожної платформи для журналістів та контент-креаторів.</li> <li>4. Контент-стратегії: регулярність публікацій, інтерактив із аудиторією, хештеги.</li> <li>5. Роль реклами та колаборацій у збільшенні охоплення.</li> </ol>	3
2.7.	<p><b>Тема 14. Питання авторських прав, етики використання чужого контенту, захисту прав журналістів і респондентів у мультимедійній журналістиці</b></p> <p><i>ПЛАН</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття авторського права та суміжних прав у контексті медіа.</li> <li>2. Етичні аспекти при використанні чужого контенту (плагіат; маніпуляції з фото, відео та аудіо).</li> <li>3. Права журналістів і респондентів у мультимедійному контенті (захист персональних даних та конфіденційності).</li> </ol>	1

**Тематика практичних (семінарських) занять з переліком питань**

№	Назва теми	Кількість годин
1	<p><b>Створення мультимедійних історій.</b></p> <p><i>Вид роботи: Створення мультимедійної історії (Storytelling у форматі лонгріду)</i></p> <p>Обрати актуальну для журналістів тему та</p>	9

	<p>створити інтерактивний лонгрід з використанням тексту, фото, відео, аудіо та інфографіки.  Інструменти: Tilda, Wordpress тощо.  Оцінювання: Креативність подачі, логічна структура, якість мультимедійних елементів, зручність для читача.  Презентації проєктів.</p>	
2	<p><b>Мобільна журналістика</b>  <i>Вид роботи: Зйомка та монтаж короткого мобільного репортажу</i>  Підготувати короткий (1-2 хв) репортаж на соціально важливу або цікаву для міста/області тему, використовуючи лише смартфон. Включити інтерв'ю, бекграундні кадри та монтаж.  Інструменти: Adobe Premiere Rush, InShot.  Оцінювання: Якість відео, чіткість монтажу, динаміка сюжету, аудіо-супровід.</p>	9
3	<p><b>Основи створення подкастів, запису звуку, робота з аудіоредакторами, створення аудіоісторій</b>  <i>Вид роботи: Створення подкасту або аудіоісторії</i>  Записати короткий подкаст (3-5 хв) на обрану тему. Використати інтро, фоновий звук, динамічну подачу матеріалу.  Інструменти: Adobe Audition.  Оцінювання: Якість звуку, структура випуску, виразність голосу, монтаж.</p>	9
4	<p><b>Основи створення інфографіки та візуалізацій даних для доповнення журналістських матеріалів</b>  <i>Вид роботи: Інтерактивна інфографіка або візуалізація даних</i>  Опрацювати статистичні або соціальні дані та створити інтерактивну інфографіку, яка допоможе аудиторії швидше зрозуміти інформацію.  Інструменти: Canva, Piktochart.  Оцінювання: Чіткість візуалізації, правильне подання даних, естетика дизайну.</p>	9

5	<p><b>Технічні аспекти створення відеоконтенту: основи зйомки, використання камери, монтаж відео</b></p> <p><i>Вид роботи: Відео для соціальних мереж (TikTok / Instagram Reels / YouTube Shorts)</i></p> <p>Зняти та змонтувати коротке відео (до 60 сек.), яке буде орієнтоване на максимальне залучення аудиторії (освітній контент, роз'яснення новин, трендовий формат).</p> <p>Інструменти: TikTok, Instagram Reels</p> <p>Оцінювання: Оригінальність ідеї, монтаж, робота зі звуком і текстовими вставками, ефективність охоплення (реакції, коментарі).</p>	9
---	---	---

### Завдання для самостійної роботи студентів

№	Назва теми	Кількість годин
1	<p><b>Створення мультимедійного спецпроєкту на суспільно важливу тему</b></p> <p>Обрати актуальну проблему (екологія, урбаністика, соціальна нерівність, здоров'я тощо) і створити мультимедійний спецпроєкт.</p> <p><b>Компоненти проєкту:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● головний текстовий матеріал (лонгрід);</li> <li>● фото- або відеорепортаж;</li> <li>● інтерактивна інфографіка;</li> <li>● подкаст або аудіоінтерв'ю з експертом;</li> <li>● відео або інтерактивна карта.</li> </ul> <p><i>Критерії оцінювання:</i> логічність структури, взаємодія форматів, якість контенту, візуальна привабливість.</p>	25
2	<p><b>Аналіз мультимедійного контенту: розбір успішних кейсів</b></p> <p>Обрати один із відомих мультимедійних проєктів (наприклад, спецпроєкти The New York Times, National Geographic, The Guardian) і провести глибокий аналіз.</p> <p><b>Що проаналізувати?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● які медіаформати використані та як вони взаємодіють?</li> <li>● які візуальні й технічні рішення зробили матеріал ефективним?</li> <li>● як мультимедійний контент впливає на аудиторію?</li> </ul> <p>Формат: аналітичне есе (1000–1500 слів) або відеоаналіз (до 5 хв).</p> <p><i>Критерії оцінювання:</i> глибина аналізу, аргументація,</p>	25

	оформлення.	
3	<p><b>Розробка та проведення мультимедійної рекламної кампанії</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Запустити невелику рекламну кампанію для будь-якого медіапроекту, особистого блогу або соціальної ініціативи; <ul style="list-style-type: none"> <li>● створити короткий промовідео для Tik Tok / Instagram Reels;</li> <li>● написати рекламний пост у соцмережах;</li> <li>● розробити візуальний контент (банери, stories);</li> <li>● використати таргетовану рекламу (за можливості).</li> </ul> </li> </ul> <p>Інструменти: Facebook Ads Manager, Canva, Google Trends, YouTube Studio.</p> <p><i>Критерії оцінювання:</i> креативність, ефективність кампанії (охоплення, взаємодії), якість контенту.</p>	25
4	<p><b>Створення подкасту або аудіоісторії на основі інтерв'ю</b></p> <p>Записати й змонтувати аудіоінтерв'ю з експертом, очевидцем події або людиною з цікавою історією.</p> <p><b>Що має містити?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● якісну підготовку питань;</li> <li>● вступ і завершення з авторським коментарем.</li> <li>● фоновий звук або саунд-дизайн для підсилення атмосфери.</li> <li>● обробку аудіо та видалення шумів.</li> </ul> <p>Формат здачі: аудіофайл (3–7 хв).</p> <p>Інструменти: Adobe Audition.</p> <p><i>Критерії оцінювання:</i> якість запису, структура інтерв'ю, динаміка розмови.</p>	25
5	<p><b>Відеорозслідування або документальний мініфільм (5–7 хв)</b></p> <p>Провести власне журналістське відеорозслідування або створити документальний мініфільм на суспільно важливу тему.</p> <p><b>Що включити?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● інтерв'ю з експертами або очевидцями;</li> <li>● архівні матеріали чи відеохроніку;</li> <li>● оригінальні відеокадри, зняті студентом;</li> <li>● графіку, субтитри, монтаж.</li> </ul> <p>Інструменти: Premiere Pro, DaVinci Resolve, Final Cut, Canva, Adobe After Effects.</p> <p><i>Критерії оцінювання:</i> журналістська якість матеріалу, монтаж, якість звуку та зображення, емоційний вплив.</p>	29

### **Індивідуальні завдання та ІНДЗ**

№	Назва теми / кількість балів /форма контролю	Кількість годин
1	<p><b>Створити фоторепортаж із 5-7 знімків, які розповідають історію одного дня (власного або іншої людини).</b></p> <p>Фото мають передавати логічну послідовність подій. Важливо врахувати композицію, світло, ракурси. Додати короткі підписи (1-2 речення до кожного фото).</p> <p>Інструменти: смартфон або фотоапарат, Canva / Google Slides (для оформлення).</p> <p><i>Оцінювання:</i> оригінальність ідеї, якість знімків, послідовність історії.</p>	3
2	<p><b>Створити один мультимедійний пост для Instagram / Facebook / TikTok, що включає:</b></p> <p>Текст (короткий, але змістовний, до 1000 знаків).</p> <p>Зображення або відео (можна зробити колаж, gif, коротке відео до 30 сек.).</p> <p>Хештеги та заклик до дії (щоб залучити аудиторію).</p> <p>Тема: обрати актуальну подію, соціальний кейс або просто цікаву історію.</p> <p>Інструменти: Canva, InShot, Instagram Reels.</p> <p><i>Оцінювання:</i> залучення аудиторії, візуальна привабливість, відповідність сучасним трендам.</p>	3

*\* Індивідуальні завдання плануються, якщо передбачені навчальним планом, або за рішенням викладача*

*\* ІНДЗ – для змістового модуля, або в цілому для навчальної дисципліни визначається викладачем, з урахуванням специфіки дисципліни.*

#### **Методи навчання**

У роботі використовуємо словесні, наочні та практичні методи навчання, зокрема: лекцію, семінар, пояснення, розповідь, бесіду, спостереження, ілюстрацію, демонстрацію, практичні вправи, моделювання ситуацій.

За характером пізнавальної діяльності здобувача освіти застосовуємо інформаційно-рецептивний, репродуктивний, проблемний, евристичний, дослідний методи.

#### **Система контролю та оцінювання**

Система контролю та оцінювання проводиться в формі поточного та підсумкового контролю.

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті. У процесі вивчення дисципліни використовуємо такі методи поточного контролю: *контрольні роботи; групова робота, тести; презентації, аналіз медіайкеїв, метод мозкового штурму, моніторинг медій, робота в групах з платформами Padlet та Mentimeter, використання платформи Moodle, можливість неформальної освіти, створення журналістських матеріалів.*

Формами поточного контролю є індивідуальна та фронтальна перевірка, форма підсумкового контролю – екзамен.

Відповідно до «Положення про взаємодію формальної та неформальної освіти, визнання результатів навчання (здобутих шляхом неформальної та / або інформальної освіти, у системі формальної освіти) ЧНУ» ([https://drive.google.com/file/d/1O7Chn1UqlqjW\\_JjybxDr-syswxxHuGOn/view](https://drive.google.com/file/d/1O7Chn1UqlqjW_JjybxDr-syswxxHuGOn/view)) у процесі вивчення дисципліни здобувачу освіти може бути зараховано до 25% балів, отриманих за результатами неформальної та / або інформальної освіти з проблем, що відповідають тематиці курсу.

#### Розподіл балів

ЗМ 1 (30 балів)							ЗМ 2 (30 балів)							Підсумковий контроль (іспит)	Сума		
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14				
4	4	4	4	4	4	6	4	4	4	4	4	5	5			40	100

#### Критерії оцінювання підсумкового оцінювання

**Оцінка А (90 – 100 балів) або „відмінно”** виставляється за відповідь, яка містить вичерпне за сумою поданих знань розкриття усіх запитань, розгорнуту аргументацію кожного з положень, побудована логічно й послідовно, розкриває питання від його нижчих до вищих рівнів, а також містить приклади з художніх текстів, які дозволяють судити про повноту уявлень студента з поставленого питання. Відповідь повинна бути викладена гарною, багатомовною, відзначитися точним вживанням термінів, містити посилання на засвоєну навчальну літературу.

**Оцінка В (80 – 89 балів) або „добре”** виставляється за відповідь, яка містить повне, але не вичерпне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань, що містяться в білеті, скорочену аргументацію головних положень, допущено порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, а розуміння теоретичних питань не підкріплює ілюстраціями з художніх текстів. У відповіді допускаються стилістичні помилки, неточне вживання термінів, довільне витлумачення фактів.

**Оцінка C (70 – 79 балів) або „добре”** виставляється за відповідь, яка містить недостатньо вичерпне за сумою виявлених знань висвітлення запитань, що містяться в білеті, відсутня аргументація головних положень, допущено порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, а наведені приклади з текстів не відповідають теоретичним моментам даного курсу. У відповіді допускаються стилістичні помилки, неточне вживання термінів, довільне витлумачення фактів. Крім того, таким балом може бути оцінений студент, який протягом семестру не виявляв відповідних знань з даного курсу, але на іспиті успішно відповів на поставлені теоретичні та практичні завдання.

**Оцінка D (60 – 69 балів) або „задовільно”** виставляється за відповідь, яка містить неповне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань, поверхово аргументує положення відповіді, у викладі допускає композиційні диспропорції, порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, не ілюструє теоретичні положення прикладами з художніх текстів. Мова відповіді рясніє помилками, наявне неправильне слово- й терміновживання.

**Оцінка E (50 – 59 балів) або „задовільно”** виставляється за відповідь, яка містить неповне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань або за незнання окремого питання із загальної кількості поставлених. У викладі студента допущені композиційні диспропорції, порушення логіки й послідовності викладу матеріалу. Студент не може відтворити основні теоретичні положення, але наводить окремі приклади з художніх текстів. Мова відповіді рясніє помилками, наявне неправильне слово- й терміновживання, немає розуміння окремих літературознавчих термінів.

**Оцінка FX (35 – 49 балів) або „незадовільно”** виставляється у разі, коли студентом на протязі навчального семестру набрано недостатню кількість балів за змістові модулі, він не може бути допущеним до складання іспиту. У випадку, якщо студент допущений, але його відповідь на іспиті містить неправильне висвітлення заданих питань, помилкову аргументацію, допускаються помилкові умовиводи, неправильне посилення на факти та їхнє витлумачення, мова близька до суржику, він також може бути оцінений незадовільно.

**Оцінка F (1 – 34 бали) або „незадовільно”** виставляється у разі, коли студентом протягом навчального семестру набрано недостатню кількість балів за змістові модулі, він не може бути допущеним до складання іспиту. У випадку, якщо студент допущений, але відповісти на поставлені запитання на іспиті він не може або відповідає неправильно, а також не може дати відповідь на жодне із поставлених додаткових запитань, така відповідь оцінюється незадовільно.

### **Шкала оцінювання: національна та ЄКТС**

100- бальна шкала	Оцінка за національн ою шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	
		Оцінк а	Пояснення за розширеною шкалою



90-100	Відмінно	A	відмінно
80-89	Добре	B	дуже добре
70-79		C	добре
60-69	Задовільно	D	задовільно
50-59		E	достатньо
35-49	Незадовільно	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1-34		F	незадовільно з обов'язковим самостійним повторним опрацюванням освітнього компонента до перескладання

### **Перелік питань для самоконтролю навчальних досягнень студентів**

1. Що таке мультимедійний контент і які його ключові складові?
2. Які формати мультимедійної журналістики існують і в чому їхні особливості?
3. Які основні принципи створення якісного відеоконтенту для соціальних мереж?
4. Які основні етапи створення подкасту: від ідеї до публікації?
5. Які технічні параметри потрібно враховувати при зйомці відео на смартфон?
6. Як правильно поєднувати текст, зображення, аудіо та відео у мультимедійному матеріалі?
7. Які онлайн-інструменти можна використовувати для створення інтерактивних інфографік?
8. Як можна оптимізувати відеоконтент для різних платформ (YouTube, TikTok, Instagram)?
9. Як аналізувати ефективність мультимедійного контенту за допомогою метрик (перегляди, залученість, час перегляду тощо)?

### **Перелік питань для підсумкового контролю навчальних досягнень студентів**

1. Що таке мультимедіа і як це впливає на сучасну журналістику?
2. Які основні мультимедійні формати використовуються в журналістиці?
3. Які ключові принципи ефективного сторітелінгу у мультимедіа?
4. У чому різниця між традиційною журналістикою та мультимедійною журналістикою?
5. Як інтерактивність покращує сприйняття журналістського матеріалу?
6. Що таке лонгрід і як його правильно структурувати?
7. Як працюють алгоритми соціальних мереж у просуванні мультимедійного контенту?
8. Які сучасні тенденції впливають на розвиток мультимедіапродукції?

9. Які основні етапи виробництва відеоконтенту?
10. Які технічні параметри слід враховувати при зйомці відео (кадрування, освітлення, звук)?
11. Чому важливо використовувати різні плани (загальний, середній, крупний) у відео?
12. Які інструменти можна використовувати для монтажу відео?
13. Які особливості мобільної журналістики та які додатки допомагають у створенні контенту?
14. Які основні складові якісного подкасту?
15. Як записати якісний звук без професійного обладнання?
16. Які програми використовують для монтажу аудіо та роботи зі звуком?
17. Які формати подкастів найбільш популярні у журналістиці?
18. Як правильно підготувати сценарій для подкасту?
19. Що таке дата-журналістика і як вона пов'язана з мультимедіа?
20. Які онлайн-інструменти використовують для створення інфографіки та візуалізації даних?
21. Які принципи ефективного дизайну інфографіки?
22. Чим відрізняється статична, анімована та інтерактивна інфографіка?
23. Які ключові принципи дотримання авторських прав у мультимедійному контенті?
24. Які етичні норми слід враховувати під час використання фото- та відеоматеріалів?
25. Як правильно отримувати дозвіл на використання чужого контенту?
26. Які методи монетизації мультимедійного контенту існують сьогодні?
27. Як аналітика допомагає покращувати мультимедійний контент?
28. Які ключові показники ефективності (KPI) використовують для оцінки мультимедійного контенту?
29. Як SEO та SMM впливають на охоплення мультимедійного контенту?

## Рекомендована література

### Основна

1. Беньківська А. Т. Подкастинг як інструмент маркетингових комунікацій [Електронний ресурс] / А. Т. Беньківська // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2017. – № 17(2). – С. 15–20. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj\\_2017\\_17\(2\)\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2017_17(2)_4)
2. Васюта, Світлана Петрівна. Інфографіка та візуалізація даних [Текст] : навч. посіб. / Світлана Васюта, Орест Хамула ; Укр. акад. друкарства. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2022. – 191 с.
3. Дмитровський О. Подкаст-програми та блоги: основні аспекти їх створення [Електронний ресурс] / О. Дмитровський // Теле- та радіожурналістика. – 2014. – Вип. 13. – С. 210–213. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir\\_2014\\_13\\_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2014_13_31)
4. Дмитровський О. Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо [Електронний ресурс] / О. Дмитровський //

- Теле- та радіожурналістика. – 2015. – Вип. 14. – С. 149–154. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir\\_2015\\_14\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2015_14_21)
5. Дюжева К. Особливості моделювання лонгвідів [Електронний ресурс] / К. Дюжева // Вісник Книжкової палати. – 2017. – № 2. – С. 15–17. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp\\_2017\\_2\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2017_2_7)
  6. Лешко У. Лонгвід як форма сучасної мультимедійної журналістики [Електронний ресурс] / У. Лешко // Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. – 2020. – Вип. 48. – С. 180–188. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU\\_Jur\\_2020\\_48\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2020_48_22)
  7. Муляр, Вадим Петрович. Візуалізація даних та інфографіка [Текст] : навч. посіб. / В. П. Муляр ; Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Навч.-наук. фізико-технол. ін-т. – Харків : Панов А. М. [вид.], 2020. – 197 с.
  8. Ньюзум, Ерік. Гучніше! Як створювати круті подкасти [Текст] / Ерік Ньюзум ; [пер. з англ. Г. Пшеничної]. – Харків : Віват, 2022. – 332 с.
  9. Шашенко С. Комунікаційні аспекти сучасних мультимедійних лонгвідів: українська практика [Електронний ресурс] / С. Шашенко // Вісник Книжкової палати. – 2018. – № 8. – С. 24–28. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp\\_2018\\_8\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2018_8_8)
  10. Шутяк, Л. (2018). Соціальні мережі в теорії і практиці викладання журналістикознавчих дисциплін. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, вип. 43, с. 296–301.
  11. Шутяк, Л. (2022). Новітні форми й інструменти комунікації зі студентами в умовах дистанційного навчання. *Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку*. Львів : Простір-М, с. 53–55.
  12. Shutiak, L. (2019). Facebook, Instagram und Co. Wie soziale Medien den Journalismus in der Ukraine verändern und ein neues Genre entsteht. *Media beyond frontiers. Transnationales Medienprojekt im ukrainisch-moldauischen Grenzraum*. Regensburg : Verlag Friedrich Pustet, S. 27–31.

### Допоміжна

1. Биби́к С. Інфографіка перемагає графіку? [Електронний ресурс] / С. Биби́к // Культура слова. – 2015. – Вип. 82. – С. 123-125. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kuls\\_2015\\_82\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kuls_2015_82_27)
2. Данько, Юрій Анатолійович. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: політологічний вимір [Текст] : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Данько Юрій Анатолійович ; Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. – Харків, 2015. – 19 с.
3. Залізняк Ю. Інфографіка як відповідь на виклики швидкого часу в інформаційному контексті [Електронний ресурс] / Ю. Залізняк // Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. – 2015. – Вип. 40. – С. 215–222. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU\\_Jur\\_2015\\_40\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2015_40_23)

4. Пономаренко Л. Г. Інфографіка на сайтах українських інформаційних агентств [Електронний ресурс] / Л. Г. Пономаренко, І. В. Рибаківа, М. І. Самсіка // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2017. – № 3. – С. 119-124. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk\\_2017\\_3\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2017_3_22)
5. Серов, Юрій Олегович. Соціальні комунікації в мережі Internet [Текст] : навч. посіб. / Ю. С. Серов, С. С. Федущко ; Нац. ун-т «Львів. Політехніка». – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2017. – 235 с.
6. Швед О. В. Інфографіка як засіб візуальної комунікації в сучасній журналістиці [Електронний ресурс] / О. В. Швед // Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах. – 2014. – Вип. 30. – С. 305–313. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gotvzn\\_2014\\_30\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gotvzn_2014_30_29)
7. Шутяк Л. (2022). Що таке OSINT і як він допоміг викрити вбивства у Бучі [Електронний ресурс] // *Explainer*. – Режим доступу: <https://explainer.ua/shho-take-osint-i-yak-vin-dopomig-vikriti-vbivstva-u-buchi/>
8. Neumann, T. Infographics vs. Post-Truth: The New Disregard for Information / Thomas Neumann. – Режим доступу: <https://gestalten.com/blogs/journal/infographics-vs-post-truth-the-new-disregard-for-information>

**Посилання на інформаційні ресурси в інтернеті, відео-лекції, інше методичне електронне забезпечення:**

- 1) Онлайн-видання про медіа MediaLab: <https://medialab.online>
- 2) Статті та журналістика даних: <https://texty.org.ua>
- 3) Редакторський портал: <https://redactor.in.ua>
- 4) Детектор медіа: <https://detector.media>

### **Політика академічної доброчесності**

Викладання курсу «Реклама та SMM», контроль й оцінювання знань і вмінь студентів спрямовані на дотримання вимог академічної доброчесності (*Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича* (<https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivetsko-ho-natsionalno-ho-universytetu.pdf>), *Положення про виявлення та запобігання плагіату в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича* ([https://www.chnu.edu.ua/media/f5eleobm/polozhennya-pro-zapobihannia-plahiatu\\_2024.pdf](https://www.chnu.edu.ua/media/f5eleobm/polozhennya-pro-zapobihannia-plahiatu_2024.pdf))).

Студенти несуть особисту відповідальність за випадки їхнього порушення, враховуючи плагіат, списування, підказування тощо. У разі виявлення академічної недоброчесності вперше бали, зараховані студентів/ці за виконане завдання, скасовуються. Повторна практика недоброчесності може призвести до анулювання всіх нарахованих за курс балів.

