

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Філологічний факультет

Кафедра журналістики

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан філологічного факультету

 **/Бунчук Б. І./**

«12» серпня 2024 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Інтернет-журналістика»
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 «Інтернет-журналістика» 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.

Метою дисципліни є розширити уявлення про сучасну медіасферу і майбутню професію, яке сьогодні неможливе без розуміння специфіки журналістської діяльності в інформаційному середовищі глобальних комп'ютерних мереж. Для успішної роботи у сучасній редакції студент повинен освоїти специфіку функціонування тексту в інтернеті (можливість додаткового використання графіків, анімації, діаграм, фотографій, відео, гіперпосилань тощо).

Дисципліна «Інтернет-журналістика» 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 розуміти основи інтернет-журналістики, її термінологічного апарату, жанрів і моделей, професійних та етичних стандартів роботи працівника медіа в інтернеті.

Пререквізити:

ППО1. Масова комунікація та інформація

ППО2. Основи журналістики

Результати навчання.

Навчальна дисципліна «Інтернет-журналістика» спрямована на забезпечення та засвоєння таких *загальних і спеціальних компетентностей*:

Загальні:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Фахові:

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

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

ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел

ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

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

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	2	3	9	270	30	45	-	-	189	6	іспит
Заочна	2	3	9	270	6	6	-	-	252	6	іспит

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
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 1. ІНТЕРНЕТ ЯК ФАКТОР ВАЖЛИВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ У СУСПІЛЬСТВІ ТА МЕДІАСФЕРІ											
Тема 1. Головні етапи розвитку інтернету. Види веб-ресурсів	15	2	3		1	10	15	1	1		1	20
Тема 2. Особливості, переваги й недоліки нових медіа. Жанрова характеристика.	15	2	3		1	10	15	1	1		1	20
Тема 3.	15	2	3		1	20	15					20

Перші інтернет-вид ання в світі та Україні. Загальна характерист ика.												
Тема 4. Блогосфера. Вміст, різновиди, характерні риси блогів.	15	2	3			10	15	1	1		1	20
Тема 5. Форми інтерактивн ої комунікації в онлайнових медіа. Громадянськ а журналістик а і традиційні жанри.	15	2	3			10	15					20
Тема 6. Елементи новинно-аналітич ного інтернет-ресурсу	15	2	3			10	15					20
Тема 7. Соціальні мережі Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Telegram та ін. Ефективніст ь їх використанн я в роботі журналіста.	15	1	3			10	15					20
Тема 8. Джерела контенту в інтернет-мед іа.	15	1	2			10	15					10
Тема 9. Техніка написання текстів та подання	15	1	2			10	15					10

інформації у мережі.												
Разом за ЗМ1	135	15	25	-	3	100	135	3	3	-	3	160
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 2. ПРАКТИЧНІ НАВИЧКИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ РОБОТИ В ІНТЕРНЕТ-МЕДІА											
Тема 10. Роль заголовків в онлайн-медіа.	16	2	3		1	20	16	1	1		1	20
Тема 11. Технології створення та підготовки фото для ілюстрації матеріалів.	16	2	3		1	10	16	1	1		1	10
Тема 12. Подкасти як нова форма подачі інформації в інтернеті.	16	2	3			10	16					10
Тема 13. Методи перевірки інформації, знайденої в інтернеті (фактчекінг) . Фейки та способи їх спростування.	16	2	3		1	10	16	1	1		1	10
Тема 14. Оптимізація сайту для пошукових систем.	17	2	2			10	17					10
Тема 15. SMM-менеджмент у роботі інтернет-медіа.	17	2	2			10	17					10
Тема 16. Способи ефективної взаємодії з аудиторією інтернет-ЗМ I.	17	2	2			9	17					10
Тема 17.	20	1	2			10	20					12

Месенджери як джерело інформації для журналіста												
Разом за ЗМ 2	135	15	20	-	3	89	135	3	3	-	3	92
Усього годин	270	30	45	-	6	189	270	6	6	-	6	252

Тематика лекційних занять з переліком питань

№	Назва теми з основними питаннями - план	Кількість годин
1.1.	Тема 1. Головні етапи розвитку інтернету. Види веб-ресурсів <i>ПЛАН</i> 1. Головні етапи розвитку інтернету. 2. Класифікація веб-ресурсів. 3. Перспективи розвитку інтернету та веб-ресурсів.	2
1.2.	Тема 2. Особливості, переваги й недоліки нових медіа. Жанрова характеристика <i>ПЛАН</i> 1. Особливості нових медіа. 2. Переваги й недоліки нових медіа. 3. Жанрова характеристика нових медіа.	2
1.3.	Тема 3. Перші інтернет-видання в світі та Україні. Загальна характеристика <i>ПЛАН</i> 1. Виникнення перших інтернет-видань у світі 2. Перші інтернет-видання в Україні. 3. Загальна характеристика інтернет-видань.	2
1.4.	Тема 4. Блогосфера. Вміст, різновиди, характерні риси блогів <i>ПЛАН</i> 1. Виникнення та розвиток блогів: від особистих щоденників до впливових медіа. 2. Різновиди блогів та їхній вміст. 3. Характерні риси блогів.	2
1.5.	Тема 5. Форми інтерактивної комунікації в онлайн-медіа. Громадянська журналістика і традиційні жанри <i>ПЛАН</i> 1. Форми інтерактивної комунікації в онлайн-медіа. 2. Громадянська журналістика: сутність та вплив. 3. Традиційні жанри в онлайн-медіа.	2

1.6.	Тема 6. Елементи новинно-аналітичного інтернет-ресурсу <i>ПЛАН</i> 1. Структура новинно-аналітичного інтернет-ресурсу. 2. Контент і його особливості. 3. Функціональні можливості та взаємодія з аудиторією.	2
1.7.	Тема 7. Соціальні мережі Facebook, Instagram, Twitter, Youtube та ін. Ефективність їх використання в роботі журналіста <i>ПЛАН</i> 1. Огляд основних соціальних мереж та їхні особливості. 2. Ефективність використання соціальних мереж у журналістиці. 3. Проблеми та виклики роботи журналіста у соцмережах.	2
1.8.	Тема 8. Джерела контенту в інтернет-медіа <i>ПЛАН</i> 1. Основні джерела контенту в інтернет-медіа. 2. Методи збору та перевірки інформації. 3. Етичні та правові аспекти використання контенту.	2
1.9.	Тема 9. Техніка написання текстів та подання інформації у мережі <i>ПЛАН</i> 1. Основи написання текстів для інтернет-медіа. 2. Формати подання інформації у мережі. 3. Ефективні прийоми подачі інформації.	2
2.1.	Тема 10. Роль заголовків в онлайн-медіа <i>ПЛАН</i> 1. Функції та значення заголовків в онлайн-медіа. 2. Типи заголовків та їхні особливості. 3. Практичні аспекти створення ефективних заголовків.	2
2.2.	Тема 11. Технології створення та підготовки фото для ілюстрації матеріалів <i>ПЛАН</i> 1. Основи створення та підготовки фото для онлайн-медіа. 2. Різновиди фото для ілюстрації матеріалів. 3. Технічні аспекти підготовки фото для публікації.	2

2.3.	Тема 12. Подкасти як нова форма подачі інформації в інтернеті <i>ПЛАН</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність подкастів та їх розвиток. 2. Технічні аспекти створення подкастів. 3. Переваги та виклики подкастів. 	2
2.4.	Тема 13. Методи перевірки інформації, знайденої в інтернеті (фактчекінг). Фейки та способи їх спростування <i>ПЛАН</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основи фактчекінгу: методи перевірки інформації в інтернеті. 2. Типи фейків та їхні ознаки. 3. Методи спростування фейків та боротьба з дезінформацією. 	2
2.5.	Тема 14. Оптимізація сайту для пошукових систем <i>ПЛАН</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основи SEO: принципи та важливість. 2. Основні техніки оптимізації сайту для пошукових систем. 3. Пошукові алгоритми та новітні тренди в SEO. 	1
2.6.	Тема 15. SMM-менеджмент у роботі інтернет-медіа <i>ПЛАН</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основи SMM та його роль у роботі інтернет-медіа. 2. Стратегії та інструменти для ефективного SMM-менеджменту. 3. Взаємодія з аудиторією та побудова спільноти. 	1
2.7.	Тема 16. Способи ефективної взаємодії з аудиторією інтернет-медіа <i>ПЛАН</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегії залучення та утримання аудиторії. 2. Інструменти для взаємодії з аудиторією. 3. Аналітика та моніторинг зворотного зв'язку. 	1
2.8.	Тема 17. Месенджери як джерело інформації для журналіста <i>ПЛАН</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Месенджери як новий канал комунікації та інформаційного обміну. 2. Переваги та можливості використання месенджерів для журналістів. 	1

3. Етичні питання та виклики використання месенджерів у журналістиці.

Тематика практичних (семінарських) занять з переліком питань

№	Назва теми	Кількість годин
1	<p>Техніка написання текстів та подання інформації у мережі. <i>Вид роботи: аналіз медіакейсів</i> Вибрати три новинні сайти або онлайн-ресурси та проаналізувати їхній контент за такими критеріями: структура новини, використання заголовків, мультимедійні елементи, залучення аудиторії. Після цього потрібно створити порівняльну таблицю, де будуть відображені основні відмінності між підходами кожного ресурсу до подачі новин. Підсумкові рефлексії.</p>	9
2	<p>Оптимізація сайту для пошукових систем. <i>Вид роботи: Студенти повинні написати статтю на задану тему, враховуючи принципи SEO-оптимізації. Потрібно підібрати релевантні ключові слова, оптимізувати заголовок, мета-теги та внутрішні посилання. Також потрібно розробити стратегію, як покращити видимість статті в пошукових системах, використовуючи інструменти для SEO-аналізу.</i></p>	9
3	<p>SMM-менеджмент у роботі інтернет-медіа. <i>Вид роботи: Студенти повинні розробити детальну стратегію для просування інтернет-ресурсу або медіа-проєкту в одній з популярних соціальних мереж (наприклад, Instagram або Twitter). У стратегії повинні бути визначені цілі, типи контенту (відео, фото, опитування), періодичність публікацій, рекламні кампанії та інструменти для аналізу ефективності.</i></p>	9
4	<p>Методи перевірки інформації, знайденої в інтернеті (фактчекінг). Фейки та способи їх спростування. <i>Вид роботи: аналіз медіакейсів</i> Студенти отримують фейкову новину або неправдиву інформацію, поширену в мережі.</p>	9

	Вони повинні використати інструменти для фактчекінгу (Google Reverse Image Search, FactCheck.org тощо), перевірити достовірність інформації та підготувати спростування, включаючи достовірні джерела та докази. Підсумкові рефлексії.	
5	Вивчення ключових платформ (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn тощо), їх аудиторій та особливостей <i>Вид роботи:</i> Провести аналіз соціальних мереж локальних медіа (за вибором студента). Систематизувати відповіді.	9

Завдання для самостійної роботи студентів

№	Назва теми	Кількість годин
1	Розробка та ведення блогу або онлайн-платформи для публікацій. Створити власний блог або медіа-ресурс на платформі (WordPress), вибрати тему та формат контенту (новини, статті, блоги, аналітика). Завдання включає планування контенту на кілька тижнів, написання принаймні 5 публікацій з урахуванням SEO, інтеграцію мультимедійних елементів (фото, відео, інфографіка) та просування блогу в соціальних мережах.	38
2	Аналіз конкурентних онлайн-ресурсів та створення маркетингової стратегії. Провести детальний аналіз двох конкурентних онлайн-ресурсів або новинних сайтів, порівняти їхні стратегії в області контенту, SMM, SEO та залучення аудиторії. Після цього створити маркетингову стратегію для одного з ресурсів, з акцентом на покращення його популярності, збереження лояльності аудиторії та залучення нових користувачів.	38
3	Планування та проведення інтерв'ю для створення мультимедійного репортажу. Створити план для інтерв'ю з експертом або особою, що має важливу інформацію для певної теми (наприклад, політика, культура, технології). Після проведення інтерв'ю, студенти мають підготувати мультимедійний репортаж, включаючи текстовий матеріал, аудіофайли або відео, а також інтерактивні елементи, які можуть бути використані для онлайн-ресурсу або блогу.	38
4	Створення стратегії кризового комунікаційного управління для онлайн-ресурсу. Розробити план кризового	38

	комунікаційного управління для конкретного інтернет-ресурсу, який потрапив у скандал чи втратив довіру аудиторії через поширення фейкових новин або негативний контент. Стратегія повинна включати кроки для відновлення довіри, вибір правильних комунікаційних каналів, взаємодію з аудиторією через соціальні мережі та прес-релізи, а також кризові повідомлення.	
5	Розробка та реалізація кампанії для залучення нової аудиторії через соціальні мережі. Створити та впровадити стратегію просування інтернет-ресурсу в одній з соціальних мереж (Instagram, Twitter, Facebook, TikTok). Розробити план, який включатиме цілі кампанії, таргетинг, типи контенту, рекламні інструменти та аналіз результатів. Окрім цього, потрібно врахувати методи залучення взаємодії з аудиторією, створення інтерактивного контенту та аналіз ефективності кампанії через аналітичні інструменти.	37

Індивідуальні завдання та ІНДЗ

№	Назва теми / кількість балів /форма контролю	Кількість годин
1	Підготувати з короткого тексту новини (або анотації до новини) кілька варіантів заголовків. Потрібно враховувати принципи SEO (використання ключових слів) та емоційну привабливість заголовків. В результаті студенти повинні подати 3 різні варіанти заголовків і пояснити, чому вибрали саме їх.	3
2	Вибрати одну новину з інтернету (із будь-якої новинної платформи) і перевірити її достовірність за допомогою хоча б двох онлайн-інструментів для фактчекінгу (<i>наприклад, Google Reverse Image Search, FactCheck.org</i>). Студенти повинні подати результат перевірки, пояснюючи, які інструменти використовували і що виявили під час перевірки.	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 медіайкейсів, 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) 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)								Підсум-ковий контроль (іспит)	Сума	
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	T16	T17			
1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3		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

уявленнь студента з поставленого питання. Відповідь повинна бути викладена гарною, багатою мовою, відзначатися точним вживанням термінів, містити посилання на засвоєну навчальну літературу.

Оцінка B (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 посилання 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-баль на шкала	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	
		Оцінка	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 інтернет-журналістика та чим вона відрізняється від традиційних форм журналістики?
2. Які основні особливості контенту в інтернет-медіа, що відрізняють його від друкованих видань?
3. Які існують типи інтернет-ресурсів, і чим вони різняться за своєю структурою та призначенням?
4. Які інструменти використовуються для SEO-оптимізації статей в інтернет-журналістиці? Наведіть приклади.
5. Які методи фактчекінгу ви знаєте, і як їх застосовувати для перевірки інформації в інтернеті?
6. Як соціальні мережі впливають на сучасну журналістику та взаємодію з аудиторією?
7. Що таке клікбейт, і чому важливо уникати такого підходу в інтернет-журналістиці?
8. Як створюється та оптимізується заголовок для онлайн-новини, і які принципи потрібно враховувати?
9. Які основні етапи процесу написання та публікації статті в інтернет-виданні? Які технічні інструменти можуть бути використані?

10. Як можна використовувати месенджери (наприклад, Telegram, WhatsApp) для збору інформації та взаємодії з джерелами в інтернет-журналістиці?

Перелік питань для підсумкового контролю навчальних досягнень студентів

1. Головні етапи розвитку інтернету. Види веб-ресурсів.
2. Різниця між традиційними й інтернет-медіа (переваги, недоліки).
3. Феномен блогів як громадянської журналістики.
4. Блогер vs журналіст: точки дотику й протистояння.
5. Інтерактивність як одна з головних ознак інтернет-медіа.
6. Вплив громадянської журналістики на професійну: переваги, недоліки.
7. Коротка характеристика найпоширеніших жанрів у нових медіа.
8. Особливості підготовки й публікації інтерв'ю в онлайн-медіа.
9. Особливості підготовки й публікації авторської колонки в інтернет-медіа.
10. Художньо-публіцистичні жанри в сучасних онлайн-медіа (коротка характеристика).
11. Особливості менеджменту роботи в редакції онлайн-медіа на противагу традиційному.
12. Конвергентна журналістика: передумови виникнення та особливості роботи конвергентного ньюзруму.
13. Види інтернет-сайтів.
14. Поділ інтернет-медіа за тематикою, масовістю, комерційною моделлю, формою власності, соціальністю та професійністю.
15. Джерела контенту інтернет-медіа та як із ними працювати.
16. Роль ексклюзивних матеріалів в епоху копіпейсту.
17. Основні характеристики новинної журналістики в інтернеті (що робить новину новиною?).
18. Техніки створення клікабельних заголовків в інтернеті.
19. Способи перевірки інформації, знайденої в інтернеті.
20. Фейки та способи їх спростування.
21. Структура редакції онлайн-медіа. Обов'язки працівників.
22. Особливості роботи онлайн-медіа з аудиторією.
23. Соціальні мережі як спосіб комунікації медіа з аудиторією.
24. Техніки підвищення коментування медійного контенту в соцмережах.
25. Месенджери в роботі журналіста: джерело інформації чи середовище фейків?
26. Способи монетизації онлайн-медіа.
27. Пошук тем для регіонального інтернет-медіа.
28. Якісний контент в інтернет-медіа: техніки підготовки та поширення.
29. Співпраця з рекламодавцями. Спонсорські проєкти і нативна реклама.
30. Етичні дилеми роботи на регіональному медіаринку.
31. Соціальні інструменти просування та формування іміджу видання.
32. Залучення читачів як авторів і громадських кореспондентів.

33. Пошуки ніші на регіональному медіаринку. Планування і запуск онлайн-видання.
34. SEO-оптимізація в роботі редакції медіа.

Рекомендована література

Основна

1. Бачинська Н. Освітньо-професійна програма «Інтернет-журналістика та блогінг»: міждисциплінарність у змісті спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» [Електронний ресурс] / Н. Бачинська // Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук. – 2022. – Вип. 10. – С. 126-136. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ujlis_2022_10_13
2. Досенко А. К. Подкаст-журналістика як популярний вид радіодіяльності в інтернеті в ХХІ столітті [Електронний ресурс] / А. К. Досенко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2018. – № 4. – С. 46–50. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2018_4_8
3. Захарченко, А. Інтернет-медіа : навчальний посібник до курсу «Підтримка сайту» / Київ : Видавець Марченко, 2015. 141 с.
4. Інтернет-журналістика: Практикум [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 061 «Журналістика», освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: О. О. Гусак, Т. В. Фісенко. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 33 с.
5. Мережева журналістика: спеціалізовані курси : навч. посібник / Н. Габор, Ю. Залізник, З. Козачок, Ю. Лавриш, Ю. Луць, І. Марушкіна, А. Палійчук, Б. Потятиник, О. Щур. – Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2015. – 136 с.
6. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті [Електронний ресурс]: навчальний посібник / І. Ю. Тонкіх.– Запоріжжя : ЗНТУ, 2017.
7. Чабаненко М. В. Фейсбук і агенційна журналістика в інтернеті (на прикладі новин сайту УНІАН) [Електронний ресурс] / М. В. Чабаненко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2017. – Т. 1. – С. 93-97.– Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2017_1_16
8. Шутяк, Л. (2018). Соціальні мережі в теорії і практиці викладання журналістичнознавчих дисциплін. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, вип. 43, с. 296–301.
9. Шутяк, Л. (2021). Фейки в інтернеті й журналістські стандарти в контексті війни на Сході України. *Права людини та масмедіа в Україні. Частина 3: Збірник конспектів лекцій*. За ред. І. Виртосу, К. Шендеровського. Київ : Інститут журналістики, с. 220–226.
10. 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.

Допоміжна

1. Артамонова, І.М. Інтернет-журналістика в Україні: еволюція, соціоінформаційний контекст, системні характеристики [Текст] : автореф. дис... д-ра наук із соц. комунікацій / Артамонова Інеса Михайлівна ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут журналістики. – К., 2009. – 31 с.
2. Мельник М. Фешн-журналістика в епоху інтернет-медій [Електронний ресурс] / М. Мельник // Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. – 2017. – Вип. 42. – С. 261–266. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2017_42_37
3. Мисловський І. В. Довгі та короткі форми медіатекстів у онлайн-новинах ЗМІ: вибір українського читача [Електронний ресурс] / І. В. Мисловський, О. Ю. Мишкіна // Молодий вчений. – 2017. – № 8. – С. 350–354. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_8_79
4. Потятиник, Б. В. Інтернет-журналістика [Текст] : навч. посіб. / Борис Потятиник ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Ф-т журналістики. – Л. : ПАІС, 2010. – 243 с.
5. Терханова О. В. Редактор у традиційних та онлайн-медіа [Електронний ресурс] / О. В. Терханова // Communications and communicative technologies. – 2019. – Вип. 19. – С. 76–83. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/cctech_2019_19_13
6. Чарських І. Ю. Онлайн інфотейнмент у міжнародних новинах медіакорпорацій [Електронний ресурс] / І. Ю. Чарських, О. С. Короваєв // Гілея: науковий вісник. – 2016. – Вип. 106. – С. 306–310. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_106_83
7. Шаманська А. С. Тренди у візуалізації даних в сучасних новинних онлайн-медіа [Електронний ресурс] / А. С. Шаманська // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2018. – № 9(1). – С. 32–36. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2018_9\(1\)_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2018_9(1)_8)
8. Шутяк Л. (2021). Соціальні мережі як середовище фейків: що треба знати про Facebook [Електронний ресурс] // *Explainer*. – Режим доступу: <https://explainer.ua/sotsialni-merezhi-yak-seredovishhe-fejkiv-shho-treba-znati-pro-facebook/>
9. Шутяк Л. (2021). Як боротися з фейками: 7 практичних рекомендацій [Електронний ресурс] // *Explainer*. – Режим доступу: <https://explainer.ua/yak-borotysya-z-fejkami-7-praktichnih-rekomendatsij/>
10. Kiss, J. (2011). Andy Carvin: the man who tweets revolutions / Jemima Kiss // *The Guardian*. – Режим доступу: <https://www.theguardian.com/media/2011/sep/04/andy-carvin-tweets-revolutions>
11. Shutiak, L. (2023). The Coverage of Forced Migration in Ukrainian Online Media (2022–2023). *Forced Migration in The XXI Century: Challenges, Values, Reflections*. International Scientific Symposium, 1–3 December 2023, Augsburg, Germany. Proceedings of reports' abstracts. Augsburg, pp 88–90.

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.

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

1. Онлайн-видання про медіа MediaLab: <https://medialab.online>
2. «Детектор медіа»: <https://detector.media>
3. Статті та журналістика даних: <https://texty.org.ua>
4. Про маркетинг, піар та комунікацію в інтернеті: <http://watcher.com.ua>

Політика академічної доброчесності

Викладання курсу «Інтернет-журналістика», 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-chernivetskoho-natsionalnoho-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).

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.