

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет журналістики
Кафедра нових медій

Затверджено

На засіданні кафедри нових медій
факультету журналістики
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол №2 від 2 вересня 2022 р.)

Завідувач кафедри –
доц. Наталія ГАБОР



Силабус з навчальної дисципліни
«МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ПРАКТИКУМ»,
що викладається в межах
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«ЖУРНАЛІСТИКА»
Другого (магістерського) рівня вищої освіти
для здобувачів зі спеціальності 061 – журналістика

Назва дисципліни	«Мультимедійний практикум»
Адреса викладання дисципліни	Вул. Генерала Чупринки, 49, Львів
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Факультет журналістики, кафедра нових медій
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	Галузь знань – 06 Журналістика, спеціальність – 061 Журналістика
Викладач дисципліни	Габор Наталія Богданівна, кандидат філолог наук, напр. «журналістика», доцент кафедри нових медій
Контактна інформація викладачів	natalya.habor@lnu.edu.ua http://journ.lnu.edu.ua/employee/habor-n-b Львів, вул. Генерала Чупринки, 49, каб. 109
Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються	Вівторок, 11.00-15.00 год, (вул. Генерала Чупринки, 49, ауд. 109), а також – у день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю зі студентами). Можливі й онлайн-консультації через Telegram, WhatsApp, Messenger, Zoom або подібні ресурси. Для погодження часу онлайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача, або телефонувати.
Сторінка дисципліни	https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/02/Multymediinyi-praktyku-m.pdf
Інформація про дисципліну	Навчальна дисципліна «Мультимедійний практикум» є вибірковою дисципліною зі спеціальності 061 – журналістика для освітньо-професійної програми «Журналістика», яка викладається в 3 семестрі в обсязі 3 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Коротка анотація дисципліни	Навчальну дисципліну розроблено таким чином, щоб надати студентам знання про базові основи прикладних соціально-комунікаційних технологій, ознаки, види та особливості творення контенту у традиційних та нових медіа, розглянути методи SEO та SMO просування та їх впливи на контент, а також дослідити маркетингове підґрунтя в нових медіа.
Мета та цілі дисципліни	Мета дисципліни - оволодіти сучасними методами досягнення соціально-комунікативного ефекту, усвідомити впливи та можливості новітніх технологій в масових комунікаціях. Основними цілями вивчення дисципліни «Мультимедійний практикум» є: з'ясування подібності й відмінності творення контенту у традиційних та нових медіа; дослідження моделі творення сайтів та їх оптимізації; розгляд методів SEO та SMO просування та їх впливи на контент; дослідження використання сучасних соціально-комунікативних технологій використовуються в журналістиці, PR, рекламі та маркетингу; з'ясувати основні напрямки розвитку соціальних-комунікаційних технологій на сучасному етапі
Література для вивчення дисципліни	Основна література: 1. Досенко А., Погребняк І. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери. – Центр навчальної літератури. – 2020. – 184 с. 2. Захарченко А.П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний

	<p>посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування».- Тернопіль, «Крок». - 2014. - 198 с.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Крейг Ричард. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. – К.: Вид-чий дім «Києво-Могилянська Академія». 2007. 4. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Борис Володимирович Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 244 с. <p style="text-align: center;">Додаткова література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Балинський Ігор: Новини в онлайн-виданні – це пекельна робота. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/material/6084 (дата звернення 20.12.2022). 2. Почепцов Г. Медіа як генератор соціальних смислів. URL: zgroup.com.ua/article.php?articleid=4659 (дата звернення 20.12.2022) 3. Крикун Оксана, SoftServe Співзасновниця Speak2Me та лідерка напрямку продакт-менеджмент у SoftServe про дизайн-мислення у медіа. URL: https://theukrainians.org/oksana-krykun-softserve/ (дата звернення 20.12.2022) 4. Створення сайту на WordPress. URL: http://mybusinessite.ru/prohramy-dlya-stvorenniya-sajtiv/stvorenniya-sajtu-na-wordpress.html (дата звернення 20.12.2022) 5. Чекмишев О. Основи журналістики. Видавництво: Академія. – 2021. – 168 с. 6. Lviv iCamp 2011. Дмитро Тимчук "Просування сайтів по трафіку". URL: http://www.youtube.com/watch?v=eZGZhQd4Y-4 (дата звернення 20.12.2022) <p style="text-align: center;">Інтернет-джерела:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Редакторський портал URL: http://www.redactor.in.ua 2. Журнал «Комунікація» URL: http://thecommunication.libra.in.ua/ 3. Кафедра соціальних комунікацій URL: http://journ.univ.kiev.ua/TMK 4. Комунікація спільнот різних країн через журнал Спільне/Common Журнал Соціальної критики URL: http://commons.com.ua/about-us-ukr# 5. Наукова група “Соціальні комунікації в Інтернеті” URL: http://webstyletalk.net/node/25
Обсяг дисципліни	<p>Денна форма: 24 год. аудиторних занять (8 год. лекцій, 16 год. практичних занять) та 66 год. – самостійна робота. Заочна форма: 12 год. аудиторних занять (8 год. лекцій, 4 год. практичних занять) та 78 год. – самостійна робота</p>
Очікувані результати навчання	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати: методику творення контенту для нових медіа, основи створення сайтів, основні засади SEO та SMO оптимізації, основи роботи мультимедійних платформ, підходи до використання сучасних комутативних технологій в журналістиці, PR, рекламі та маркетингу; вміти: писати тексти, оптимізовані для нових медіа, PR, реклами,</p>

	створити концепцію, технічне завдання та розробити бізнес-план інтернет-видання, вміти самостійно створювати сайт, скласти завдання для SEO та SMO оптимізації, мати навички персонального просування сайту в соціальних мережах, вміти послуговуватися мультимедійними платформами
Ключові слова	Комунікаційні технології, SEO, SMM, онлайн-маркетинг, сайт
Формат дисципліни	Очний/заочний
Підсумковий контроль, форма	Залік в кінці семестру
Пререквізити	Для вивчення дисципліни студенти потребують базових знань з “Цифрової медіакультури” та інших журналістикознавчих дисциплін, достатніх для сприйняття категоріального апарату
Навчальні методи та техніки під час викладання дисципліни	Презентація, лекції, консультування, дискусії, метод проєктів і їх презентацій, індивідуальні та групові проєкти,
Необхідне обладнання	Комп’ютер, мультимедійний проєктор, доступ до мережі інтернет, ноутбук, мобільний телефон чи планшет.
Критерії оцінювання	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. З них: 50 балів за поточні відповіді, 50 балів – за підсумковий проєкт. Форма поточної звітності – презентація та обговорення. Форма підсумкової звітності – публічна презентація. Загалом упродовж семестру – 100 балів. Академічна доброчесність: Очікується, що студентські роботи будуть самостійними, оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших авторів становлять приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Відвідування занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі аудиторні заняття з дисципліни. Слухачі повинні інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку вони зобов’язані дотримуватися усіх строків, що визначені для виконання усіх видів робіт, передбачених дисципліною. Література. Усю літературу, яку студенти не зможуть знайти самостійно, викладач надає виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Політика виставлення балів. Враховуються усі бали, набрані упродовж семестру (поточне опитування, самостійна робота (доповідь або презентація) та бали за роботу на практичних і семінарських заняттях. При цьому обов’язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття, якщо це не пов’язано з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.</p>

	Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються
Питання до екзамену (чи контрольної роботи)	ІНДЗ – підготовка та публічна презентація індивідуального чи командного медіапроєкту (розробка StartUpу на довільну (пов'язану з медіа) тематику, його просування та оптимізування)
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості дисципліни надається по завершенню дисципліни.

Схема курсу

Тиж.	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)* *лекція, самостійна, дискусія, групова робота)	Література. Ресурси в інтернеті	Завдання, год	Термін виконання
1-2 тижні	Тема 1. Основні етапи розробки StartUp	Лекція (2 год.)	Захарченко А.П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу«Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування».- Тернопіль, «Крок». - 2014. - 198 с.	Орієнтація в етапах розробки StartUp (6 год)	2 тижні
3 тиждень	Тема 2. Збір та аналіз інформації для запуску нового проєкту	Практичне заняття (2 год.)	Крикун Оксана, SoftServe Співзасновниця Speak2Me та лідерка напрямку продакт-менеджмент у SoftServe про дизайн-мислення у медіа. URL: https://theukrainians.org/oksana-krykun-soft-serve/ (дата звернення 20.12.2022) Створення сайту на WordPress. URL: http://mybusinessite.ru/prohramy-dlya-stvorennya-sajtiv/stvorennya-sajtu-na-wordpress.html (дата звернення 20.12.2022)	Окреслення основних завдань для запуску свого проєкту, представлення власної концепції (5 год)	1 тиждень
4 тиждень	Тема 3. Бізнес-план проєкту	Практичне заняття (2 год.)	Lviv iCamp 2011. Дмитро Тимчук "Просування сайтів по трафіку". URL: http://www.youtube.com/watch?v=eZGZhQd4Y-4 (дата звернення 20.12.2022)	Розробка бізнес-плану медійного проєкту (5 год)	1 тиждень
5 тиждень	Тема 4. Створення сайту проєкту. Структура сайту.	Лекція (2 год.)	Крейг Ричард. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. – К.: Вид-чий дім «Києво-Могилянська Академія». 2007. Захарченко А.П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу«Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування».- Тернопіль, «Крок». - 2014.- 198с.	Ознайомлення з ключовими етапами створення сайту проєкту. Розробка і аргументування структури сайту (5 год.)	1 тиждень

6 тиждень	Тема 5. Взаємозв'язок з соціальними мережами.	Практичне заняття (2 год.)	Журнал «Комунікація» URL: http://thecommunication.libra.in.ua/	Конструювання стратегії комунікації з аудиторією через соціальні мережі (5 год)	1 тиждень
7 тиждень	Тема 6. Завдання і мета SEO оптимізації	Лекція (2 год.)	Захарченко А.П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу«Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування».- Тернопіль, «Крок». - 2014. - 198 с. Lviv iCamp 2011. Дмитро Тимчук "Просування сайтів по трафіку". URL: http://www.youtube.com/watch?v=eZGZhQd4Y-4 (дата звернення 20.12.2022)	Ознайомлення з поняттями SEO оптимізації та її використанням у контексті медіа (5)	1 тиждень
8 - 9 тижні	Тема 7. Роль, завдання та етапи SEO-оптимізації Аналіз результату SEO-оптимізації	Практичне заняття (2 год)	Lviv iCamp 2011. Дмитро Тимчук "Просування сайтів по трафіку". URL: http://www.youtube.com/watch?v=eZGZhQd4Y-4 (дата звернення 20.12.2022)	Розробити та втілити стратегію для покращення SEO-оптимізації проекту. Проаналізувати результати SEO-оптимізації(6 год)	1 тиждень
10 тиждень	Тема 8. Особливості SMO оптимізації	Лекція (2 год)	Балинський Ігор: Новини в онлайн-виданні – це пекельна робота. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/material/6084 (дата звернення 20.12.2022). Почепцов Г. Медіа як генератор соціальних смислів. URL: zgroup.com.ua/article.php?articleid=4659 (дата звернення 20.12. 2022)	Ознайомлення з особливостями інформаційного потоку, викликаний появою соцмереж. (5 год)	1 тиждень
11 тиждень	Тема 9. Соцмережі як джерело інформації	Практичне заняття (2 год)	Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Борис Володимирович Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 244 с.	Проаналізувати переваги та недоліки використання соціальних мереж як джерел інформації (5 год)	1 тиждень
12 тиждень	Тема 10. Способи та етапи просування інформаційного інтернет-ресурсу в соцмережах	Практичне заняття (2 год)	Досенко А., Погребняк І. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери. – Центр навчальної літератури. – 2020. – 184 с Балинський Ігор: Новини в онлайн-виданні – це пекельна робота. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/material/6084	Розробити стратегію просування проекту у соціальних мережах (5 год)	1 тиждень

			(дата звернення 20.12.2022).		
13-14 тижні	Тема 11. Мультимедійні платформи та їх застосування. Правила поєднання контенту з відео- і звуковим рядом.	Практичне заняття (2 год.)	Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Борис Володимирович Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 244 с. Чекмишев О. Основи журналістики. Видавництво: Академія. – 2021. – 168 с	Ознайомлення з практикою поєднання різних форм медіа (аудіо, відео, текст, візуалізація) на одній платформі. Представлення критеріїв, яким повинні відповідати відео- та звукові ряди, що супроводжують текст (6 год)	1 тиждень
15-16 тижні	Тема 12. Позитиви і негативи використання соціальних мультимедійних платформ в інтернет-проєктах.	Практичне заняття (2 год.) / Презентація проєкту	Крейг Ричард. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. – К.: Вид-чий дім «Києво-Могилянська Академія». 2007. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Борис Володимирович Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 244 с.	Аналіз переваг та недоліків використання певних соціальних мультимедійних платформ у проєктах. Представлення власних інтернет-проєктів (8 год)	1 тиждень