

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ**

**КАФЕДРАЛЬНИЙ КАТАЛОГ
ВИБІРКОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН
ОП «МІЖНАРОДНА ЖУРНАЛІСТИКА»**

ПЕРШОГО (БАКАЛАВРСЬКОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Розглянуто і схвалено
на засіданні кафедри журналістики
« 19 » січня 2026 р.,
протокол № 7

УЖГОРОД 2026

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Дисципліни для вибору здобувачами вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОП «Міжнародна журналістика».....	5
SEO-копірайтинг в міжнародній онлайн-журналістиці	5
TikTok-журналістика: мовностильові аспекти.....	7
WOW-комунікація для брендів.....	8
Авторське право	9
Актуальні проблеми міжнародної журналістики	10
Візуалізація даних для ЗМК	11
Гендерні аспекти медіакомунікації та етнічна толерантність	12
Дипломатичний протокол та етикет.....	14
Екологічна журналістика.....	15
Енергія, фокус уваги і тайм-менеджмент у креативних професіях: як не вигорати і завжди з наснагою працювати.....	16
Еристика	17
Етика в роботі журналіста-міжнародника	19
Етнічні спільноти в медіапросторі	20
Засади зв'язків з громадськістю в медіа	22
Інтерактивні журналістські історії / Interactive journalism stories	23
Історія американського медіаринку	24
Комунікативні девіації.....	25
Конструктивна журналістика / Constructive journalism.....	26
Конфліктологія та теорія дипломатичних переговорів.....	27
Креолізований медіатекст	28
Культура наукової мови	29
Лінгвокомунікативні закони, типи і стратегії соціальної взаємодії	31
Майстерність телезйомки.....	33
Масмедійна діяльність у світовому інфопросторі	34
Медіа та національна безпека	35
Медіапроект: засади створення й реалізації.....	36
Міжнародна кінодокументалістика.....	37
Міжнародна піар-діяльність.....	38
Міжнародні конфлікти та медіа.....	39
Міжнародні медіа в умовах дезінформації / International media in the context of disinformation	40
Мовностильові особливості висвітлення чутливих тем у медіа	41
Мультимедійні формати в медіа / Multimedia formats in media.....	42
Нативна реклама для брендів: ідеї, платформи та ефективність	43
Організація PR-кампанії.....	44
Ординарний та екстраординарний спілкувальний етикет	45
Основи графічного дизайну в медіа	47
Паблік рилейшнз у професійній діяльності.....	48
Основи PR-стратегії.....	49
Персональний бренд у соцмережах для експертів	50
Полемічне мистецтво в масмедіа.....	51

Полілінгвальний мультимедійний медіаресурс	53
Політичне ток-шоу	55
Пошукова оптимізація сайтів.....	56
Принципи і правила сучасного етикету	58
Проджект-менеджмент у креативних індустріях.....	60
Пропаганда та контрнарративи: аналіз і протидія / Propaganda and counter-narratives: analysis and countermeasures	61
Професійні стандарти роботи журналіста-міжнародника	63
Психотехнологія реклами у медіавиробництві	64
Публіцистика	67
Публічний імідж і репутаційні стратегії в міжнародній комунікації	68
Реклама у ЗМІ	69
Робота з чутливими темами в міжнародній журналістиці.....	72
Розважальне телебачення	73
Розслідувальна журналістика	74
Спортивна журналістика	75
Способи репрезентації даних в онлайн-медіа	76
Створення мультимедійної платформи	77
Стилістичний практикум.....	79
Стильова майстерність медіафахівця.....	80
Сторителінг для брендів і блогерів	81
Стратегія проведення переговорів	82
Сучасний міжнародний медійний дискурс.....	83
Тексти в креативних індустріях.....	84
Технології медіавпливу / Media influence technologies.....	85
Фандрайзинг для медіапроектів.....	86
Штучний інтелект у роботі журналіста-міжнародника	87

ВСТУП

Відповідно до статті 62 розділу X Закону України «Про вищу освіту» № 1556-VII від 01.07.2014 р. (зі змінами), здобувачі вищої освіти мають право на вибір навчальних дисциплін у межах, передбачених відповідною освітньою програмою та навчальним планом, в обсязі, що становить не менш як 25 відсотків загальної кількості ЄКТС, передбачених для даного рівня вищої освіти.

Вибіркові навчальні дисципліни – це дисципліни вільного вибору здобувачів вищої освіти для певного освітнього рівня, які спрямовані на забезпечення загальних і спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, а також на більш повне задоволення освітньо-культурних запитів та інтересів здобувачів освіти. Обсяг вибірових навчальних дисциплін освітньої програми становить не менше 25% від загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених для відповідного рівня освіти.

Кафедральний каталог вибірових навчальних дисциплін містить анотований перелік дисциплін, які пропонують для обрання здобувачами вищої освіти згідно з навчальним планом на наступний навчальний рік відповідно до Положення про порядок реалізації здобувачами вищої освіти права на вільний вибір навчальних дисциплін в ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

Для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти:

- здобувачі 1 курсу обирають дисципліни для другого року навчання;
- здобувачі 2 курсу обирають дисципліни для третього року навчання;
- здобувачі 3 курсу обирають дисципліни для четвертого року навчання.

Максимальна кількість здобувачів вищої освіти в групі для вивчення вибірових дисциплін із кафедрального каталогу визначається відповідним наказом ректора по університету.

**Дисципліни для вибору здобувачами вищої освіти першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти**

SEO-копірайтинг в міжнародній онлайн-журналістиці

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	«Вебтехнології в ЗМК», «Основи журналістики», «Основи масової комунікації»
Інформаційне забезпечення	Матеріали для вивчення дисципліни – на освітній медіаплатформі https://dyskurs.info , на сайті відділення журналістики УжНУ (https://mediadep.uzhnu.edu.ua/); також використовуватимуться інструменти для SEO-аналізу та дослідження ключових слів (Google Analytics, Google Search Console, SEMrush, Moz Pro); платформи для моніторингу; онлайн-курси з пошукової оптимізації (на платформах Coursera, Udemy, Google Digital Workshop); галузеві звіти та дослідження з SEO (наприклад, від Searchmetrics, Backlinko); навчальні посібники і підручники з пошукової оптимізації, доступні в бібліотеці університету або онлайн.
Форма проведення занять	лекції, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Після вивчення дисципліни студенти розумітимуть основні принципи й стратегії створення оптимізованого контенту онлайн-ЗМІ для міжнародної аудиторії. Опанують техніки дослідження ключових слів, формування семантичного ядра та написання SEO-оптимізованих текстів з урахуванням особливостей SEO полілінгвального вебресурсу. Набудуть практичних навичок адаптації контенту для різних країн та мультимовної оптимізації, а також роботи з метаданими й візуальним контентом. Вмітимуть використовувати спеціалізовані інструменти та плагіни Wordpress для аналізу ефективності SEO-копірайтингу й покращення видимості сайту в міжнародних пошукових системах. Також здобудуть навички створення лінкбейтингового контенту й гостьового блогінгу для іноземних онлайн-медіа.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Основні поняття SEO-копірайтингу. Особливості пошукової оптимізації для різних країн та мовних регіонів. Дослідження ключових слів: інструменти, методи збору та аналізу для різних ринків. Формування семантичного ядра з урахуванням мовних та культурних особливостей аудиторії. Написання SEO-оптимізованих текстів: структура, заголовки, метадані, оптимальна щільність ключових слів. Адаптація контенту для різних країн: локалізація, культурні особливості, регіональні тренди. Мультимовна оптимізація контенту: специфіка багатомовних сайтів, зв'язування сторінок. Оптимізація зображень та відео для міжнародних пошукових систем. Форматування та оформлення контенту для поліпшення читабельності та залучення аудиторії. Внутрішнє перелінкування та структура сайту для міжнародної аудиторії. Стратегії лінкбیلдингу для різних ринків: специфіка роботи з іноземними сайтами. Створення лінкбейтингового контенту, який привертає увагу міжнародної аудиторії. Гостьовий блогінг та розміщення контенту на іноземних ресурсах. Інструменти аналізу ефективності SEO-копірайтингу: міжнародні сервіси веб-аналітики. Адаптація SEO-стратегії до змін алгоритмів пошукових систем на різних ринках. Специфіка роботи з факторами EAT (Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) для міжнародної аудиторії. Оцінка та моніторинг SEO-показників для різних мовних версій сайту. Інтеграція перекладу та транскреації в процес міжнародного SEO-копірайтингу. Тренди та інновації в сфері багатомовної пошукової оптимізації контенту.

ТікТок-журналістика: мовностильові аспекти

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	дидактичні матеріали на сайті електронного навчання УжНУ, навчально-методичні посібники, довідкові видання
Форма проведення занять	лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення курсу студенти сформуєть розуміння специфіки ТікТок-журналістики як нової форми медіамовлення; удосконалять уміння аналізувати мовностильові особливості відеоконтенту короткого формату; розвинуть навички добору лінгвальних засобів відповідно до комунікативної мети та цільової аудиторії; здобудуть здатність створювати інформаційно точні, стилістично вмотивовані й етично коректні ТікТок-матеріали; удосконалять уміння критично оцінювати власний і чужий відеоконтент з погляду мови, стилю та професійних стандартів журналістики.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна спрямована на вивчення ТікТок як сучасної платформи журналістської комунікації та аналіз її мовностильових особливостей. Курс охоплює поняття ТікТок-журналістики в системі сучасних медіа, специфіку короткоформатного відео, особливості усного мовлення, інтонації, візуально-вербальної взаємодії та наративних стратегій; передбачає аналіз ТікТок-контенту українських і світових медіа; формує розуміння жанрових, стилістичних і комунікативних моделей платформи; включає практичні завдання зі створення, редагування та стилістичного вдосконалення журналістських ТікТок-відео.

WOW-комунікація для брендів

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	3 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	Спеціалізована література. Інтернет-сайти медіаграмотності, маркетингу, реклами та PR, презентації від запрошених експертів-практиків, власні напрацювання, матеріали від професійних спільнот у соцмережах.
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення цього предмету студент чітко бачитиме важливість виходу бренду далеко за межі формального спілкування зі своєю ЦА. Ми розберемо, як формувати концепцію WOW-комунікації, будемо писати скрипти, сценарії, а також матимемо багато практики.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

WOW-комунікація VS стандартний діалог брендів із ЦА. Маркетингові дослідження ЦА з метою визначення ідеї та формату WOW-комунікації. Як сформувати мету, стиль і написати сценарії WOW-комунікації. Практичні вправи для WOW-комунікації. Аналіз перших і проміжних результатів ефективності такого стилю спілкування брендів із ЦА.

Авторське право

Назва дисципліни	Авторське право
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Семестр (осінній/весняний)	I/II
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Журналістики
Інформаційне забезпечення	Матеріали для вивчення дисципліни доступні на сайті https://dyskurs.info – спеціально розробленій онлайн-платформі.
Форми проведення занять	Лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю	Залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення дисципліни студенти сформуєть системне уявлення про механізми захисту інтелектуальної власності в національному та глобальному інформаційному просторі. Вони опанують норми українського законодавства та ключових міжнародних договорів, що регулюють авторські та суміжні права. Майбутні журналісти-міжнародники набудуть практичних навичок ідентифікації об'єктів права інтелектуальної власності, правомірної роботи з перекладами, аудіовізуальним контентом та матеріалами, створеними штучним інтелектом. Увага приділятиметься вмінню укладати ліцензійні угоди та використовувати вільні ліцензії для легального поширення медіапродуктів у транскордонному вимірі, а також здатності захищати власні майнові та немайнові права у професійній діяльності.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Курс спрямований на вивчення правових основ журналістської творчості в умовах цифровізації та глобалізації медіаринку. Студенти розглянуть джерела права інтелектуальної власності, аналізуючи як Цивільний кодекс України, так і міжнародні нормативні акти, зокрема Бернську конвенцію та ін. Програма охоплює питання виникнення авторських прав, специфіку суб'єктів та об'єктів, включно з режимом службових творів та роботою фрилансерів. Значна увага приділятиметься правовому статусу вебсайтів, складних творів та особливостям захисту прав перекладачів, що є важливим для міжнародної комунікації. Курс також охоплюватиме проблематику вільного використання творів, правовий режим контенту, згенерованого комп'ютерними програмами, та суміжні права. Практична складова зосереджена на роботі з різними типами ліцензій, специфіці Creative Commons та етично-правових стандартах використання чужого контенту.

Актуальні проблеми міжнародної журналістики

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	робоча програма, навчальні посібники, сайт електронного навчання ДВНЗ «УжНУ», презентаційні матеріали лекційного курсу, тести на платформі Google Form, Moodle, Kahoot, вебресурси до тем тощо.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення дисципліни студенти опанують ключові знання та навички про сучасні актуальні тенденції в розвитку журналістики та її роль у системі міжнародних відносин, основні процеси міжнародного інформаційного обміну, економічні фактори трансформації світової журналістики, роль та місце міжнародних журналістських організацій, інформаційних агенств, медіахолдингів у міжнародному інформаційному просторі, специфіку роботи журналіста-міжнародника, професійні вимоги до нього тощо.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Журналістика в системі міжнародних відносин. Концентрація, монополізація світових мас-медіа. Міжнародні медіахолдинги. Міжнародні медіа. Міжнародні журналістські організації. Міжнародні інформаційні агенства. Міжнародні правові стандарти діяльності журналістів. Етика та етикет в міжнародній журналістиці. Професійні особливості роботи журналіста-міжнародника. Специфіка роботи журналіста-міжнародника в зоні воєнного конфлікту.

Візуалізація даних для ЗМК

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	«Вебтехнології в ЗМК», «Основи журналістики», «Основи масової комунікації»
Інформаційне забезпечення	Абсолютна більшість матеріалів для вивчення дисципліни доступні на сайті https://dyskurs.info – спеціально розробленій онлайн-платформі, а також на сайті відділення журналістики УжНУ (https://mediadep.uzhnu.edu.ua/); крім того, використовуватимуться сервіси й послуги «Google»; платформи для створення презентацій «Prezi» (Presentation Software), «Canva»; онлайнві інструменти візуалізації даних: Datawrapper, Infogram, ChartBlocks тощо.
Форма проведення занять	лекції, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Підсумком вивчення дисципліни стане розуміння студентами основних концепцій, типів і методів візуалізації даних для засобів масової комунікації, принципів ефективною візуалізації й дизайну для різних медіа. Студенти опанують інструменти й вебмайданчики для візуалізацій, з їх використанням набудуть навичок створення якісних статичних і інтерактивних візуалізацій для різних медійних платформ, насамперед вебу, друку, телебачення тощо; вмітимуть вибирати відповідні типи візуалізацій для конкретних даних і завдань.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Типи візуалізації даних: діаграми, графіки, карти, інфографіка тощо. Принципи ефективною візуалізації: чіткість, наочність, відповідність даним. Програмне забезпечення візуалізації. Візуалізація для редакційних статей: графіки, карти, таймлайни. Створення інфографіки для ілюстрації складних процесів та явищ. Інтерактивна візуалізація даних на вебсайтах та в соцмережах. Онлайнві інструменти візуалізації даних: Datawrapper, Infogram, ChartBlocks тощо. Створення інтерактивних карт і вебкарт з візуалізацією даних. Вбудована візуалізація даних на вебсайтах: графіки, діаграми, дашборди. Розробка дата-сторітелінгу з візуалізацією для онлайн-публікацій і лонгвідів. Візуалізація даних у соціальних мережах: сторіз, пости, інфографіка. Тренди й інновації у візуалізації даних: віртуальна та доповнена реальність.

Гендерні аспекти медіакомунікації та етнічна толерантність

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	Робоча програма дисципліни, основна та допоміжна література; інформаційні ресурси в мережі інтернет; сайт «Media Vista» (https://mediavista.com.ua/), сайт кафедри журналістики (https://mediadep.uzhnu.edu.ua/); сервіси та послуги «Google», «Microsoft Office» (Word, PowerPoint); платформи для створення презентацій «Prezi», «Canva»; платформи для інтерактиву «Kahoot», «Miro», «Padlet», «Mentimeter» та ін.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою вивчення НД «Етнічна, гендерна толерантність у медіа» є виробити у студентів на теоретичному й практичному рівні знання і наукову систему поглядів про культурну різноманітність, етнічну й гендерну толерантність; розуміти нормативно-правову базу щодо забезпечення прав і свобод громадян; аналізувати та досліджувати вплив медіа на розуміння та прийняття різноманітних гендерних ідентичностей; визначати стратегії комунікацій, спрямованих на поліпшення толерантності; сприяти формуванню в медіа збалансованого підходу до представлення різних соціокультурних груп та підвищення рівня розуміння, поваги до культурної, гендерної різноманітності; створення толерантних матеріалів про представників різних культур у різних жанрах і форматах, зокрема іноземною мовою, зі спрямуванням на закордонну аудиторію.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Інформація складається з умовних блоків, а саме: 1. Знайомство із міжнародною та вітчизняною законодавчою базою для забезпечення прав національних меншин, аналіз дотримання цих законів в українських медіа; 2. Оцінка та критичний аналіз медіаконтенту з точки зору його впливу на формування стереотипів, дискримінації та толерантності. 3. Вивчення

проблем і тематики різних видів медіа національних меншин (друковані ЗМІ, радіо, телебачення, онлайніві медіа); 4. Створення толерантно виважених, збалансованих матеріалів про представників національних меншин, враховуючи співвідношення фактів, домислу та вимислу в медійному матеріалі; 5. Дотримання стандартів журналістики та принципів відокремлення фактів від коментарів, керуючись загальними та професійними етичними вимогами у роботі журналіста при підготовці матеріалів про національні меншини та з гендерної проблематики.

Теми і плани лекцій та лабораторних занять

Тема 1. Забезпечення прав і свобод етносів, ЛГБТК(А+) спільнот у контексті міжнародного та українського законодавства.

Тема 2. Гендерна та етнічна чутливість у журналістиці.

Тема 3. Проблеми стереотипізації та дискримінації в медіа.

Тема 4. Гендерна збалансованість в українських ЗМІ.

Тема 5. Специфіка етнокультурних процесів в українському інформаційному просторі: основні історичні етапи.

Тема 6. Типологічні особливості сучасних медіа національних спільнот (меншин) в Україні.

Тема 7. Гендерний розподіл, представлення жінок і чоловіків у традиційних і новітніх медіа.

Тема 8. Висвітлення питань гендерної політики в медіа.

Тема 9. Причини соціального аутсайдерства ромського етносу.

Тема 10. Закарпатські угорці у вітчизняному медіапросторі: міфи і реальність.

Тема 11. Польськомовний, словацькомовний сегмент в українському медіапросторі воєнного періоду.

Тема 12. Представлення малочисельних етнічних спільнот у ЗМІ.

Тема 13. Розробка та вивчення стратегій комунікації, спрямованих на підвищення толерантності до гендерних та етнічних спільнот у медіасередовищі.

Тема 14. Етнічна, гендерна проблематика в контексті євроатлантичних прагнень (круглий стіл). Модульна контрольна робота.

Дипломатичний протокол та етикет

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Опанування дисциплін «Ділова українська мова», «Медіалінгвістика»
Інформаційне забезпечення	дидактичні матеріали на сайті електронного навчання УжНУ, навчально-методичні посібники, довідкові видання
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення курсу студенти апробують здобуті знання щодо підходів у сучасній дипломатичній парадигмі; оволодіють сучасними методами ефективного проведення бесід, візитів, переговорів; удосконалять розуміння психологічних основ реалізації дипломатичних заходів; набудуть умінь і навичок зовнішньополітичної діяльності, прийняття адекватних рішень в ході ділових та дипломатичних переговорів.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна спрямована на доповнення знань, набутих студентами під час вивчення ділової української мови, медіалінгвістики, правописного практикуму тощо. Курс передбачає вивчення сутності та соціальної значущості дипломатичного протоколу та етикету у сучасних умовах; оволодіння методологією та методикою дипломатичної діяльності та підготовки документів дипломатичного листування; поглиблює знання студентів щодо основних норм дипломатичного та ділового етикету як складових іміджу ділової людини. Під час навчання здобувачі у формі практичних занять, ділових ігор, рольових етюдів, дискусій, проєктів, презентацій проводять обговорення різноманітних ділових ситуацій, репрезентують власні моделі чи концепції вирішення складних управлінських проблем, виробляють обґрунтовану професійну позицію.

Екологічна журналістика

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	навчально-методичні посібники, довідкові видання
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Студенти апробують знання про екологічну журналістику, розвинуть практичні навички в написанні матеріалів на екологічну тематику в різних жанрах, поглиблять критичний аналіз журналістських виступів в обраній медіагалузі.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна передбачає ознайомлення студентів із такими темами, як: «Екологія: визначення, основні поняття та завдання», «Природне середовище і його структура», «Поняття біосфери, екосистем та популяцій», «Основні екологічні закони», «Екологічна журналістика як поняття», «Екологічна проблематика: труднощі і їх подолання», «Журналістські підходи в пошуках тем на екологічну тематику. Вибір жанру», «Особливості підготовки до інтерв'ю на екологічну тему та шляхи ефективного його проведення», «Складові успішного висвітлення питань екології у ЗМІ. Специфіка та проблеми екологічних «паблік рілейшнз», «Демографічні проблеми й біосфера», «Джерела антропогенного забруднення довкілля», «Соціоекологічні проблеми літосфери», «Вплив діяльності людини на гідросферу. Запаси рибних ресурсів і перевиллов риби», «Забруднення атмосфери. Поняття «парникового ефекту», «Актуальність проблеми знеліснення і його наслідки», «Токсичні й небезпечні хімічні речовини. Типологія їх впливу», «Генетично модифікована їжа і ризики її вживання», «Проблема охорони навколишнього середовища».

Енергія, фокус уваги і тайм-менеджмент у креативних професіях: як не вигорати і завжди з наснагою працювати

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	Інтернет-сайти, презентації від запрошених експертів-практиків, власні напрацювання, матеріали від професійних спільнот у соцмережах.
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення цього предмету студент розумітиме, як не тільки знаходити більше часу для завдань, а й генерувати енергію та якісно фокусувати увагу, аби діяти ефективніше. Під час лабораторних занять він побачить, як продуктивно працювати в креативних індустріях попри зовнішні подразники. Йому буде продемонстрована важливість балансу роботи та особистих цілей задля кращих показників в усіх сферах життя.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Йтиметься про те, що «не тайм-менеджментом єдиним», або чому токсична продуктивність не є ефективною. Тим паче, в сучасному світі «нема часу» є відносним поняттям. Як навчитися генерувати енергію та фокусувати увагу, аби за короткий час робити більше. Чому треба мріяти не про більше годин у добі, а працювати над відновленням енергії та концентрацією уваги. Як абстрагуватися від пошуку натхнення і працювати завжди, всюди і попри все. Аналіз перших і проміжних результатів ефективності практик для покращення енергії та фокусу уваги. Усе вищеперераховане ми пройдемо під час нашого курсу.

Еристика

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Базові фахові знання з дисциплін «Медіалінгвістика», «Теорія та практика масмедіа», «Основи наукових досліджень» тощо, набуті студентами впродовж першого року навчання
Інформаційне забезпечення	Програма навчальної дисципліни, наукова література (підручникова, посібниково-довідкова, словникова та ін.).
Форма проведення занять	лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Знання. Засвоєння засад полемічної майстерності, основних понять, що розкривають сутність, природу суперечки як предмета курсу; знання генетичних, причиново-наслідкових зв'язків, своєрідних рис вияву полемічної традиції в модерній масмедійній практиці.

Уміння. Спроможність застосовувати наукові положення полемічної майстерності у власній масмедійній творчості; уміння враховувати закономірності, принципи та правила публічного сперечання (полеміки, дискусії, диспуту, дебатів) під час осмислення сучасного емпіричного матеріалу.

Інші компетентності. Знання та розуміння предметної галузі та професійної діяльності; здатність застосовувати спеціальні знання в різних практичних ситуаціях; бути критичним і самокритичним; спроможність шукати, обробляти, задіювати інформацію з різних джерел; здатність створювати медіапродукт, критично оцінювати свій та чужий результат професійної діяльності.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Інформація про полемічну культуру як цілісну специфічну сферу зі своєю історією, традиціями, особливими лінгвальними та паралінгвальними рисами; вияв різних форм мистецтва полеміки в сучасній українській журналістиці; роль полеміки у професійній діяльності медійника, що ґрунтується на загальних гуманістичних і національних цінностях, демократичних принципах, політичній культурі тощо.

Теми:

1. Сенс еристики як мистецтва перемагати у суперечках (науковий статус, предмет, методи, зв'язок із іншими галузями, роль у публічній масовій комунікації).
2. З історії світової та української полемічної культури.
3. Різновиди суперечок.
4. Традиції публічної полемічної культури та їхній вияв у сучасних медіа.
5. Особливості організації та структурування публічної дискусії.
6. Лінгвальні та паралінгвальні засоби забезпечення ефективності полеміки.
7. Моделі та стратегії, що забезпечують успішне переконання опонента й аудиторії.
8. Види дебатів, особливості їх реалізації у демократичних умовах.
9. Політичні дебати у масмедіа крізь призму функцій і стандартів журналістики.
10. Типові недоліки під час публічної полеміки, способи їх запобігання.
11. Мистецтво суперечки у новітній медійній практиці.

Етика в роботі журналіста-міжнародника

Назва дисципліни	Етика в роботі журналіста-міжнародника
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4
Семестр (осінній/весняний)	I/II
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	Журналістики
Інформаційне забезпечення	Матеріали для вивчення дисципліни доступні на сайті https://dyskurs.info – спеціально розробленій онлайн-платформі.
Форми проведення занять	Лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю	Залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення дисципліни студенти сформуєть цілісне розуміння етичних і деонтологічних стандартів, що регулюють діяльність медіа в демократичних суспільствах. Вони опанують відмінності між правовим регулюванням та механізмами саморегуляції, а також навчатися застосовувати норми національних і міжнародних кодексів етики у професійній практиці. Майбутні фахівці розвинуть уміння аналізувати складні етичні дилеми, пов'язані з роботою з джерелами інформації, конфліктом інтересів і висвітленням збройних конфліктів. Особлива увага приділятиметься компаративному аналізу медіасистем Франції, Великої Британії, Німеччини та США й інших країн, що дозволить студентам розуміти специфіку роботи іноземних колег та інтегруватися у світовий інформаційний простір.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Курс розпочинається з розгляду етики як філософської науки, аналізу співвідношення моральних і правових норм, а також вивчення базових концепцій, таких як «золоте правило» моралі, фундаментальна помилка атрибуції та дихотомія «етики переконання» й «етики відповідальності». Важливою складовою є вивчення міжнародних документів і механізмів саморегулювання журналістики. Значна частина курсу присвячена поглибленому аналізу закордонного досвіду: французької моделі з інститутом прес-карт, британських редакційних стандартів (зокрема BBC) й уроків скандалу з «News of the World», а також німецької системи пресових рад і кодексів етики США. Окремий змістовий блок фокусується на впливі медіавласності на контент (пропагандистська модель Хомського – Германа) та специфіці дотримання журналістських стандартів в умовах війни, що включає опрацювання рекомендацій щодо роботи в зонах бойових дій та висвітлення чутливих тем.

Етнічні спільноти в медіапросторі

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	Робоча програма дисципліни, основна та допоміжна література; інформаційні ресурси в мережі інтернет; сайт «Media Vista» (https://mediavista.com.ua/), сайт кафедри журналістики (https://mediadep.uzhnu.edu.ua/); сервіси та послуги «Google», «Microsoft Office» (Word, PowerPoint); платформи для створення презентацій «Prezi», «Canva»; платформи для інтерактиву «Kahoot», «Miro», «Padlet», «Mentimeter» та ін.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті опанування НД «Етнічні спільноти в медіапросторі» студенти-медійники будуть вміти: критично аналізувати етнонаціональні процеси в соціальних комунікаціях; розуміти нормативно-правову базу щодо забезпечення прав і свобод нацменшин; вільно спілкуватися та вдало послуговуватися теоретичними положеннями в практичній медійній діяльності; адекватно застосовувати здобуті знання, враховуючи специфіку преси, радіо і телебачення та інтернету як засобів масової комунікації; вміти знаходити інформацію за допомогою різноманітних джерел, як через усне спілкування з реципієнтами, так і використовуючи електронні ресурси, зокрема відкриті дані; виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Навчальна дисципліна «Етнічні спільноти в медіапросторі» складається з чотирьох умовних блоків, а саме: 1. Знайомство із міжнародною та вітчизняною законодавчою базою для забезпечення прав національних меншин, аналіз дотримання цих законів в українських медіа; 2. Вивчення проблем і тематики різних видів медіа національних спільнот (друковані

ЗМІ, радіо, телебачення, онлайніві медіа); 3. Створення толерантно виважених, збалансованих матеріалів про представників національних меншин, враховуючи співвідношення фактів, домислу та вимислу в медійному матеріалі; 4. Дотримання стандартів журналістики та принципів відокремлення фактів від коментарів, керуючись загальними та професійними етичними вимогами у роботі журналіста при підготовці матеріалів про етноси.

Теми і плани лекцій та лабораторних занять

Тема 1. Права і свободи національних спільнот (меншин) в контексті міжнародного та українського законодавства.

Тема 2. Типологічні особливості сучасних медіа національних спільнот (меншин) в Україні.

Тема 3. Міжнародний досвід діяльності медіа та культурно-просвітницьких товариств етнічних спільнот (меншин): ЄС, США, Канада, Австралія.

Тема 4. Кримськотатарські медіа як основа забезпечення інформаційних потреб та інтересів автохтонного етносу України.

Тема 5. Специфіка образів кримських татар в українському та російському інформаційних просторах.

Тема 6. Румунськомовні ЗМК в Україні та українська преса в Румунії: історія, типологія, особливості сучасного функціонування.

Тема 7. Медіа угорців у інфопросторі України та україномовні медіа в Угорщині.

Тема 8. ЗМІ для єврейської спільноти в Україні.

Тема 9. Польськомовний сегмент в українському медіапросторі.

Тема 10. Словацькомовні медіа в Україні та медіа для українців у Словаччині: проблеми становлення та сучасного функціонування.

Тема 11. Медіа для ромів і про ромів в Україні: причини соціального аутсайдерства етносу.

ЗМІ для болгар України та проблеми етнічної самосвідомості.

Тема 12. Медіа для українських вірмен, греків, німців та ін.

Тема 13. Розвиток медіа національних спільнот в контексті євроатлантичних прагнень (круглий стіл). Модульна контрольна робота.

Засади зв'язків з громадськістю в медіа

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Основи масової комунікації, Теорія й практика друкованої журналістики
Інформаційне забезпечення	робоча програма, навчальні посібники, сайт електронного навчання ДВНЗ «УжНУ», презентаційні матеріали лекційного курсу, тести на платформі Google Form, Kahoot, вебресурси до тем тощо.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Модуль формує в студентів знання про особливості застосування публік рилейшнз (зв'язки з громадськістю) як на загальнодержавному рівні, так і на рівні окремих соціальних груп, організацій тощо. Курс включає сукупність тем, присвячених питанням взаємодії ЗМІ та зв'язків з громадськістю, сутності, принципів, нормативно-правових, етичних засад публік рилейшнз, умови їх ефективності в цьому контексті. Передбачено також вивчення особливостей використання медіа-засобів публік рилейшнз у політичній, економічній, соціально-гуманітарній сферах, державному управлінні та місцевому самоврядуванні. Звернено увагу на специфіку медіа-інструментів ПР-діяльності, зокрема у сфері менеджменту, маркетингу, у втіленні іміджевих технологій. Окремо розглядаються використання ЗМІ в політичних технологіях піару, в тому числі й використання псевдо-технологій зв'язків з громадськістю та можливості протидії їм. Опановуючи курс, студенти вчаться розробляти власну ПР-стратегію з використанням інструментів піару, зокрема медіа, формують ПР-кампанію з урахуванням особливостей кожного етапу її втілення, презентують свій ПР-проект.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Зв'язки з громадськістю: сутність поняття. З історії розвитку публік рилейшнз як сфери професійної діяльності. Зв'язки з громадськістю і журналістика. Публік рилейшнз та суміжні сфери діяльності. Функціональні особливості зв'язків з громадськістю в суспільстві. Принципи публік рилейшнз. Комунікація і вплив на громадську думку у сфері публік рилейшнз. Медіазасоби зв'язків з громадськістю у системі менеджменту. Маркетинг та зв'язки з громадськістю. Медіазасоби в системі інструментів публік рилейшнз. ПР-кампанія та її організація. Медіапланування в ПР. Методи формування іміджу в сфері ПР засобами медіа. Засоби масової інформації та політичні публік рилейшнз. Специфіка співпраці з медіа в антикризових зв'язках із громадськістю. Урядові зв'язки з громадськістю та взаємодія з медіа. Зв'язки з громадськістю: етично-правові аспекти.

Інтерактивні журналістські історії / Interactive journalism stories

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська, англійська
Передумови для вивчення дисципліни	вивчення медіалінгвістики, виробництва цифрового контенту, радіної і телевізійної журналістики, практикуму зі створення медіатексту
Інформаційне забезпечення	Робоча програма дисципліни, основна та допоміжна література; інформаційні ресурси в мережі інтернет; сайт «Media Vista» (https://mediavista.com.ua/), сайт кафедри журналістики (https://mediadep.uzhnu.edu.ua/); сервіси та послуги «Google», «Microsoft Office» (Word, PowerPoint); платформи для створення презентацій «Prezi», «Canva»; платформи для інтерактиву «Kahoot», «Miro», «Padlet», «Mentimeter» та ін.
Форма проведення занять	лекції, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою курсу є ознайомлення студентів із принципами створення інтерактивного журналістського контенту, розвиток навичок використання цифрових та мультимедійних інструментів для залучення аудиторії, а також формування здатності поєднувати текст, графіку, відео, аудіо та інтерактивні елементи для створення захопливих та інформативних медіаісторій.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем): у рамках курсу

студенти вивчають принципи інтерактивного сторителінгу, поєднання тексту, графіки, відео та аудіо, розробка інтерактивних елементів (карт, діаграм, опитувань), використання мультимедійних платформ та цифрових інструментів, адаптація контенту для веб та соціальних мереж, аналітика та оцінка ефективності інтерактивних історій, а також етичні і правові аспекти цифрової журналістики. Курс поєднує теоретичний аналіз, практичні завдання, спрямовані на створення захопливих та інформативних інтерактивних медіаісторій.

Історія американського медіаринку

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	робоча програма, навчальні посібники, сайт електронного навчання ДВНЗ «УжНУ», презентаційні матеріали лекційного курсу, тести на платформі Google Form, Moodle, Kahoot, вебресурси до тем тощо.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення дисципліни студенти опанують ключові знання про становлення та розвиток журналістики Сполучених Штатів Америки від появи перших медіа на американському континенті до сучасності. Вивчається досвід боротьби преси проти цензури, використання преси в боротьбі за незалежність у XVIII столітті, політичному протистоянні наступних століть, успішний розвиток медіабізнесу у XIX столітті та його специфіку. Студенти вивчають зародження й розвиток реклами та піару в США, опрацьовують успішні приклади використання рекламних та піар-технологій в пресі. Формують уявлення про специфіку функціонування медіаринку США в історичних умовах XX та XXI століть задля використання успішних кейсів у власній професійній діяльності.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Зародження та розвиток преси в США у XVIII столітті. Діяльність Бенджаміна Франкліна – політика, видавця й публіциста. Особливості розвитку медіаринку в США у XIX столітті. Зародження воєнної журналістики та комерціалізація медіасфери. Виникнення інформаційного агентства «Асошіейтед прес». Зародження та розвиток публік рилейшнз та його вплив на медіаринок. Поширення радіо в США в кінці XIX – протягом XX століття. Особливості розвитку медіаринку США в першій половині XX століття. Розвиток медіакорпорацій. Новації в журналістиці. Вплив I та II світових воєн. Винайдення телебачення та його розвиток. Медіасистема США в другій половині XX століття і до сьогодні. Вплив політики «холодної війни», винайдення інтернету на медіа. Розвиток нових медіа в XX столітті.

Комунікативні девіації

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	3 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	базові фахові знання з дисциплін «Медіалінгвістика», «Теорія та практика масмедіа», «Основи наукових досліджень» тощо, набуті студентами впродовж першого року навчання
Інформаційне забезпечення	програма навчальної дисципліни, наукова література (підручникова, посібниково-довідкова, словникова та ін.).
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Знання. Засвоєння основних засад і понять, що стосуються умов ефективної / успішної комунікації різних типів (зокрема масової, у малій мовній групі, міжособистісної тощо), засобів мовного коду, специфіки ситуативних компонентів; розуміння сутності, природи, типів комунікативних девіацій / невдач і умов запобігання неуспішності комунікації, уникнення спілкувальних невдач.

Уміння. Спроможність застосовувати наукові апробовані підходи для забезпечення успішної комунікації, здатність уникати комунікативних невдач; уміння задіювати відповідні знання для осмислення актуального емпіричного матеріалу, здатність фахово брати участь у різних спілкувальних ситуаціях, доречно застосовувати лінгвальний інструментарій під час власної професійної діяльності.

Інші компетентності. Знання та розуміння предметної галузі та професійної діяльності; здатність застосовувати спеціальні знання в різних практичних ситуаціях; бути критичним і самокритичним; спроможність шукати, обробляти, задіювати інформацію з різних джерел; здатність створювати медіапродукт, критично оцінювати свій та чужий результат роботи тощо.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Інформація про комунікативну лінгвістику як науку, одним із аспектів якої є проблема ефективності (успішності – неуспішності) комунікації; основні типи, закони, канали, моделі спілкування; сенс соціальних аспектів комунікації у масмедійній практиці; форми спілкування; складові комунікативного акту; комунікативний кодекс і мовнокомунікативну компетенцію медійника; мовний код і комунікативний акт; мовну особистість у професійній і непрофесійній лінгвальній діяльності; типи комунікативних девіацій; сучасні лінгвокомунікативні тенденції у масмедійній сфері.

Конструктивна журналістика / Constructive journalism

Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська, англійська
Передумови для вивчення дисципліни	вивчення медіалінгвістики, виробництва цифрового контенту, радіної і телевізійної журналістики, практикуму зі створення медіатексту
Інформаційне забезпечення	Робоча програма дисципліни, основна та допоміжна література; інформаційні ресурси в мережі інтернет; сайт «Media Vista» (https://mediavista.com.ua/), сайт кафедри журналістики (https://mediadep.uzhnu.edu.ua/); сервіси та послуги «Google», «Microsoft Office» (Word, PowerPoint); платформи для створення презентацій «Prezi», «Canva»; платформи для інтерактиву «Kahoot», «Miro», «Padlet», «Mentimeter» та ін.
Форма проведення занять	лекції, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Після завершення курсу здобувачі знатимуть теоретичні засади конструктивної журналістики, її відмінності від традиційної проблемно-орієнтованої та сенсаційної подачі новин, а також роль цього підходу у підвищенні довіри до медіа та залученні аудиторії. У результаті навчання слухачі зможуть створювати журналістські матеріали, що поєднують критичність і відповідальність, демонструють наслідки подій та потенційні шляхи їх вирішення, дотримуються професійних стандартів і етичних норм, а також сприяють усвідомленому суспільному діалогу й активній громадянській участі.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна охоплює вивчення ролі журналістики рішень у сучасному медіасередовищі та її значення для підвищення залученості й довіри аудиторії; принципи та відмінності конструктивної журналістики від традиційних підходів; пошук і відбір тем для журналістики рішень; роботу з джерелами інформації та експертами, формулювання ефективних запитів і перевірку даних; фактчекінг у журналістиці рішень; основні формати контенту в конструктивній журналістиці, зокрема аналітичні матеріали, мультимедійні проекти та сторителінг; візуалізацію даних і використання мультимедійних інструментів; особливості журналістики рішень у період криз і надзвичайних ситуацій; взаємодію журналістів із державними інституціями та вплив медіа на суспільні зміни й реформи; етичні виклики журналістики рішень; специфіку застосування конструктивної журналістики в локальних медіа; міжнародний досвід і кращі практики журналістики рішень; а також майбутнє цього напрямку, нові тренди та професійні виклики.

Конфліктологія та теорія дипломатичних переговорів

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	дидактичні матеріали на сайті електронного навчання УжНУ, навчально-методичні посібники, довідкові видання
Форма проведення занять	лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою вивчення навчальної дисципліни є ознайомлення здобувачів фаху із сутністю головних понять та категорій у сфері конфліктології та дипломатичних переговорів, із різними чинниками, методами, способами, які спряють розв'язанню конфліктів та успішному веденню дипломатичних переговорів. Студенти повинні вміти аналізувати конфліктні та дипломатичні ситуації й віднаходити шляхи для успішного вирішення проблем, які при цьому постають. У зв'язку з цим студенти вивчають природу дипломатичних переговорів, їхню стратегію, види та порядок підготовки й ведення, психологічні особливості учасників процесу, ділові прийоми, сутність конфліктів, зокрема міжнародних та етнонаціональних, алгоритм аналізу конфліктних ситуацій.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Модуль 1

Тема 1. Природа дипломатичних переговорів. Дипломатичні переговори в історичному контексті. Сутність переговорів. Типологія міжнародних переговорів. Функціональні аспекти міжнародних переговорів.

Тема 2. Переговорна стратегія в дипломатії. Мистецтво спілкування в переговорах. Застосування різних прийомів у переговорному процесі. Порядок ведення дипломатичних переговорів. Специфіка переговорних методів. Національні особливості ведення переговорів.

Тема 3. Дипломатичне спілкування з погляду психології. Загальні особливості ділового спілкування. Спілкування з різними психологічними типами. Особливості невербальної поведінки. Українська практика ведення дипломатичних переговорів і психологія.

Тема 4. Особливості проведення ділових прийомів. Поняття ділового прийому та його організація. Види ділових прийомів. Специфіка неформальних зустрічей.

Тема 5. Конфлікт як об'єкт вивчення в науці. Наукове трактування конфлікту. Сучасні теорії конфлікту. Конфлікт як соціальне явище. Види конфліктів.

Тема 6. Міжнародний політичний конфлікт і його особливості. Сутність міжнародного політичного конфлікту. Визначальні риси політичних конфліктів. Шляхи виходу з міжнародного політичного конфлікту та можливі його наслідки.

Тема 7. Особливості етнонаціонального конфлікту. Причини виникнення етнонаціональних конфліктів. Різновиди етнонаціональних конфліктів. Форми прояву та методи вирішення етнонаціональних конфліктів. Прояви етнонаціональних конфліктів у різних країнах.

Тема 8. Сутність міжнародного збройного конфлікту. Головні риси міжнародних збройних конфліктів. Причини виникнення міжнародних збройних конфліктів. Види міжнародних збройних конфліктів. Способи запобігання збройним конфліктам і світова практика.

Тема 9. Підходи до аналізу конфліктів. Методологічні засади конфліктології. Методологічні підходи до розв'язання конфлікту. Процедура аналізу конфліктів.

Тема 10. Стратегічні комунікації як протидія міжнародним конфліктам. Сутність стратегічних комунікацій. Головні складові комунікаційної стратегії. Основні вимоги до стратегічних комунікацій.

Креолізований медіатекст

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	дидактичні матеріали на сайті електронного навчання УжНУ, навчально-методичні посібники, довідкові видання
Форма проведення занять	лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення курсу «Креолізований медіатекст» студенти апробують знання з професійно орієнтованих дисциплін, удосконалять уміння ефективно застосовувати теоретичні напрацювання в професійній діяльності, створювати якісні креолізовані медіатексти різних типів і жанрів для онлайн-ЗМІ; відпрацюють навички критичного оцінювання професійного мультимедійного медіапродукту.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна спрямована на доповнення й поглиблення знань, набутих студентами під час вивчення онлайн-журналістики, медіалінгвістики, медіатекстознавства, медіастилістики. Курс передбачає вивчення природи, структури, типів і функцій креолізованого медіатексту, специфіки його репрезентації в сучасних українських онлайн-масмедіа. У процесі опанування тем курсу студенти вдосконалять уміння створювати тексти для мультимедійних платформ, гармонійно поєднувати всі складові гібридного журналістського твору з огляду на проблематику, аудиторне спрямування й комунікативні завдання.

Культура наукової мови

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	3 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Базові фахові знання з дисциплін «Медіалінгвістика», «Теорія та практика масмедіа», «Основи наукових досліджень» тощо, набуті студентами впродовж першого року навчання
Інформаційне забезпечення	Програма навчальної дисципліни, наукова література (підручникова, посібниково-довідкова, словникова та ін.).
Форма проведення занять	лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Знання. Засвоєння основних понять, що розкривають сутність, природу та визначальні риси наукової мови; розуміння теоретично-прикладного потенціалу академічного стилю в модерній масмедійній науці та аналітичній практиці журналіста.

Уміння. Спроможність адекватно застосовувати ресурси наукової мови у власній науковій практиці, ефективно підтримувати наукову комунікацію в усній і письмовій формах, оптимально використовувати засоби наукового стилю в медіафорах аналітичного характеру.

Інші компетентності. Знання та розуміння предметної галузі та професійної діяльності; здатність застосовувати спеціальні знання в різних практичних ситуаціях; бути критичним і самокритичним; спроможність шукати, обробляти, задіювати інформацію з різних джерел; здатність створювати медіапродукт, критично оцінювати свій та чужий фаховий продукт, інформаційну діяльність загалом тощо.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Інформація про наукову мовну культуру, особливості усного та писемного наукового мовлення; властивості та структурно-сміслові компоненти наукових текстів різних жанрів; засоби досягнення змістовності, правильності, точності, логічності, багатства, різноманітності мовлення; своєрідність академічного етикету.

Теми:

Наукова мова як комунікативний феномен.

Сутність наукового стилю сучасної української літературної мови.

Своєрідність усної та писемної форм наукової мови.

Основні жанри сучасного наукового стилю.

Культуромовні комунікативні ознаки академічного мовлення.
Засоби досягнення правильності, точності, ясності мовлення.
Логічність академічного мовлення.
Лінгвальні ресурси багатства і різноманітності.
Мовний смак і чуття наукової мови.
Властивості та структурно-сміслові компоненти наукового тексту.
Етикетні засоби академічної комунікації.
Потенціал ресурсів наукової мови у масмедійній комунікації.

Лінгвокомунікативні закони, типи і стратегії соціальної взаємодії

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	3 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Базові фахові знання з дисциплін «Медіалінгвістика», «Теорія та практика масмедіа», «Основи наукових досліджень» тощо, набуті студентами впродовж першого року навчання
Інформаційне забезпечення	Програма навчальної дисципліни, наукова література (підручникова, посібниково-довідкова, словникова та ін.).
Форма проведення занять	лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Знання. Засвоєння основних понять, що розкривають сутність, знакову комунікативні природу мови як предмета курсу; знання генетичних, причиново-наслідкових зв'язків, своєрідних рис вияву мовних закономірностей і законів комунікативної лінгвістики в модерній масмедійній практиці.

Уміння. Спроможність застосовувати наукові критерії, враховувати під час осмислення масмедійний явищ / творів лінгвокомунікативний поняттєвий апарат і стрижневі аспекти, за різними параметрами аналізувати емпіричний матеріал; опанування комунікативних лінгвістичних засад ефективної професійної діяльності, здатність фахово брати участь у різних комунікативних ситуаціях, доречно задіювати лінгвальний інструментарій у власній масмедійній практиці.

Інші компетентності. Знання та розуміння предметної галузі та професійної діяльності; здатність застосовувати спеціальні знання в різних практичних ситуаціях; бути критичним і самокритичним; спроможність шукати, обробляти, використовувати інформацію з різних джерел; здатність створювати медіапродукт, критично оцінювати свій та чужий фаховий продукт, інформаційну діяльність загалом тощо.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Інформація про лінгвокомунікативну теорію, комунікативну лінгвістику як науку та навчальну дисципліну; основні типи, закони, канали, моделі спілкування; сенс соціальних аспектів комунікації у масмедійній практиці; форми спілкування; складові комунікативного акту; комунікативний кодекс і мовнокомунікативну компетенцію медійника; мовний код і комунікативний акт; мовну особистість у професійній і непрофесійній лінгвальній діяльності;

комунікативні девіації; сучасні лінгвокомунікативні тенденції у масмедійній сфері.

Теми:

1. Лінгвокомунікативний аспект масмедійної діяльності.
2. Спілкування і комунікація: основні типи, канали, моделі.
3. Врахування соціальних аспектів комунікації (вікового, національного, гендерного тощо) у масмедійній практиці.
4. Принципи і форми комунікації.
5. Породження і сприйняття мовлення як основа комунікації.
6. Складові комунікативного акту.
7. Закони комунікації.
8. Комунікативний кодекс і мовнокомунікативна компетенція медійника.
9. Мовний код, комунікативний акт, стратегії спілкування.
10. Мовна особистість у професійній і непрофесійній лінгвальній діяльності.
11. Комунікативні девіації.
12. Сучасні лінгвокомунікативні тенденції у масмедійній сфері.

Майстерність телезйомки

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	опанування дисциплін «Теорія та практика друкованої журналістики», «Основи журналістики», «Теорія і практика радіожурналістики»
Інформаційне забезпечення	обладнання телерадіостудії, мультимедійне обладнання
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Формування комплексу загальних та спеціальних компетентностей, теоретичних знань та практичних вмінь з використання цифрових технологій виробництва контенту; оволодіння головним термінологічним та понятійним апаратом роботи операторів, монтажерів, режисерів, формування глибокого розуміння процесів розвитку глобальних та вітчизняної систем телемовлення та вимог до відзнятого відеоряду, формування знань, стійких навичок та вмінь роботи з телекамерою в польових умовах та студії; формування навичок поетапного створення телевізійного продукту.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Основні правила та процес відеозйомки. Технічні засоби для здійснення відеозйомки

Тема 2. Експлуатаційні можливості відеокамер та мобільних телефонів.

Тема 3. Композиція кадру. Внутрішньокадровий монтаж. Можливості об'єктивної та суб'єктивної камери

Тема 4. Основи монтажу. Монтаж як невід'ємна складова відеовиробництва та просування в соціальних мережах.

Тема 5. Програми відеомонтажу: налаштування, монтажний стіл, характеристика та дія інструментів. Процес монтажу: масштаб, нарізка, видалення, вставка, перетягування, програвання.

Тема 6. Монтаж зображення. Принципи монтажу. Правила монтажу «рухливих» кадрів

Масмедійна діяльність у світовому інфопросторі

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Основи масової комунікації, Теорія й практика друкованої журналістики
Інформаційне забезпечення	робоча програма, навчальні посібники, сайт електронного навчання ДВНЗ «УжНУ», презентаційні матеріали лекційного курсу, тести на платформі Google Form, Kahoot, вебресурси до тем тощо.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення дисципліни студенти опанують ключові знання та навички про місце і роль журналістики у системі міжнародних відносин, основні процеси міжнародного інформаційного обміну, загальних тенденцій розвитку світової журналістики, роль та місце міжнародних журналістських організацій, інформаційних агенств, медіахолдингів у міжнародному інформаційному просторі, специфіку роботи журналіста-міжнародника, професійні вимоги до нього тощо.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Міжнародна журналістика в системі міжнародних відносин. Процеси концентрації та монополізації світових мас-медіа. Міжнародні медіахолдинги. Міжнародні медіа. Міжнародні журналістські організації. Міжнародні інформаційні агенства. Міжнародні правові стандарти діяльності журналістів. Етика та етикет в міжнародній журналістиці. Професійні особливості роботи журналіста-міжнародника. Специфіка роботи журналіста-міжнародника в зоні військового конфлікту.

Медіа та національна безпека

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3, 4
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	вивчення основ журналістики, масової комунікації, теорії та практики журналістики, медіарегулювання
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	кафедра журналістики
Інформаційне забезпечення	Робоча програма дисципліни; основна та допоміжна література; інформаційні ресурси в мережі інтернет; матеріали на базі Наукової бібліотеки УжНУ; сайт «Media Vista», сайт кафедри журналістики; платформа для дистанційного навчання «Moodle»; сервіси та послуги «Google», «Microsoft Office» (Word, PowerPoint); платформи для створення презентацій «Prezi» (Presentation Software), «Canva»; платформи для інтерактиву «Miro», «Padlet», «Interact.me», «Mentimeter» та ін.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Мета вивчення навчальної дисципліни «Медіа і національна безпека» – виробити на теоретичному і практичному рівні знання про національну безпеку, роль інформаційної складової, засоби і методи протидії негативним інформаційним впливам на суспільство; з'ясувати особливості, функції медіа із забезпечення національної безпеки в інформаційному просторі, запобігання загрозам.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

- Тема 1. Теоретичні засади медіа та національної безпеки
- Тема 2. Інформаційна безпека держави: основні загрози та стратегії їх подолання.
- Тема 3. Гібридні загрози та інформаційні війни.
- Тема 4. Державна політика в сфері інформаційної безпеки: український та світовий досвід.
- Тема 5. Фейки, дезінформація та маніпуляції: механізми створення і поширення.
- Тема 6. Фактчекінг та методи перевірки інформації.
- Тема 7. Кібербезпека та медіа: кібератаки, бот-мережі, Deepfake, соціальні мережі.
- Тема 8. Вплив алгоритмів соцмереж на масову свідомість.
- Тема 9. Медіаграмотність як інструмент медіабезпеки.
- Тема 10. Роль журналістики в інформаційній війні: виклики та етичні дилеми.
- Тема 11. Український контекст інформаційної безпеки.
- Тема 12. Інформаційні атаки проти України: аналіз основних наративів.
- Тема 13. Стратегія інформаційної безпеки України: законодавство, органи влади, ініціативи.
- Тема 14. Міжнародні організації та співпраця у сфері інформаційної безпеки.
- Тема 15. Підсумкове заняття: розробка рекомендацій для посилення інформаційної безпеки України.

Медіапроект: засади створення й реалізації

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Опанування циклу дисциплін «Теорія та практика журналістської творчості», «Медіалінгвістика», а також курсів «Медіатекстознавство», «Медіастилістика»
Інформаційне забезпечення	дидактичні матеріали на сайті електронного навчання УжНУ, навчально-методичні посібники, довідкові видання, навчальні матеріали на платформі Moodle
Форма проведення занять	лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення курсу студенти здобудуть базові знання про медіапроекти та їх види, особливості розробки концепції, планування проектів, пошуку джерел фінансування; опанують етапи роботи над медійними проектами та їх просуванням; розвинуть адаптивність, уміння працювати в команді, дотримуватися часових меж, критично оцінювати власний і чужий медіапродукт.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна спрямована на засвоєння студентами засад медіапроекткування, вдосконалення навичок, необхідних у професійній діяльності. Курс охоплює короткий огляд базових понять проектного менеджменту, інформацію про сутність медіапроектів, їх види, основні етапи розроблення й реалізації проектів, підбір команди, оцінку ризиків та аналіз результатів медійного проекту, загальні відомості про просування власного продукту.

Міжнародна кінодокументалістика

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Опанування дисциплін «Теорія та практика друкованої журналістики», «Основи журналістики», «Теорія і практика міжнародної радіожурналістики»
Інформаційне забезпечення	Обладнання телерадіостудії, мультимедійне обладнання
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Формування комплексу загальних та спеціальних компетентностей, теоретичних знань та практичних вмінь з використання цифрових технологій виробництва контенту; оволодіння студентами знань в галузі моделювання і реалізації телевізійних проєктів в галузі документалістики, заснованих на розкритті сутності законів режисури; формування знань та практичних навичок з основ документальної телережисура; особливостей професії режисера в кіно і на телебаченні та режисера документальних проєктів.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Специфіка документалістики: кіно, радіо, проза, фото. Документальне та художнє зображення реальності.

Тема 2. Документальне кіно. Українська та світова документалістика.

Тема 3. Теледокументалістика.

Тема 4. Типи документальних фільмів та структура документального кіно. Світовий та вітчизняний досвід

Тема 5. Базові прийоми режисури, побудови драматургії в документальному фільмі: міжнародні стандарти

Тема 6. Основні технічні етапи виробництва документального відеопродукту. Сценарій: від ідеї до робочого документа.

Міжнародна піар-діяльність

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	робоча програма, навчальні посібники, сайт електронного навчання ДВНЗ «УжНУ», презентаційні матеріали лекційного курсу, тести на платформі Google Form, Moodle, Kahoot, вебресурси до тем тощо
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Модуль формує в студентів знання про особливості сфери публік рилейшнз (зв'язків з громадськістю) в міжнародному інфопросторі та функціонування в окремих країнах світу. Курс включає сукупність тем, присвячених питанням походження професійної діяльності зі зв'язків з громадськістю, сутності, принципів, нормативно-правових, етичних засад публік рилейшнз, умови їх ефективності в цьому контексті. Передбачено також вивчення особливостей застосування публік рилейшнз в системі маркетингу та менеджменту за кордоном. Ролі піар-діяльності політичній, економічній, соціально-гуманітарній сферах, державному управлінні та місцевому самоврядуванні різних країн світу. Окремим питанням розглянуто втілення іміджевих технологій за кордоном. Також увагу приділено політичним технологіям піару, в тому числі й використанню псевдо-технологій зв'язків з громадськістю та можливості протидії їм. Опановуючи курс, студенти вчаться розробляти власну ПР-стратегію з використанням набутих знань. Складають ПР-кампанію з урахуванням особливостей кожного етапу її втілення, набутих знань про міжнародний досвід, презентують свій ПР-проект.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Поняття про публік рилейшнз: сутність поняття, міжнародний науковий дискурс. Розвиток публік рилейшнз у США та ін країнах світу. Публік рилейшнз та дотичні сфери діяльності. Функції піару в суспільстві. Форми втілення піар-структур. Принципи публік рилейшнз. Зв'язки з громадськістю у системі менеджменту. Маркетингові піар-технології. Дослідження аудиторії в піар-діяльності та її особливості: міжнародний досвід. Засоби публік рилейшнз. ПР-кампанія та її організація в контексті світових тенденцій. Особливості формування іміджу в сфері ПР. Іміджелогія як наука. Міжнародні політичні публік рилейшнз. Антикризисний піар.

Міжнародні конфлікти та медіа

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	вивчення основ журналістики, масової комунікації, теорії і практики журналістики, медіарегулювання
Інформаційне забезпечення	Робоча програма дисципліни, основна та допоміжна література; інформаційні ресурси в мережі інтернет; сайт «Media Vista» (https://mediavista.com.ua/), сайт кафедри журналістики (https://mediadep.uzhnu.edu.ua/); сервіси та послуги «Google», «Microsoft Office» (Word, PowerPoint); платформи для створення презентацій «Prezi», «Canva»; платформи для інтерактиву «Kahoot», «Miro», «Padlet», «Mentimeter» та ін.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Мета курсу «Міжнародні конфлікти та медіа» полягає у вивченні взаємозв'язку між міжнародними конфліктами та засобами масової інформації, аналізі ролі медіа у висвітленні криз, пропаганді та інформаційних війнах, розвитку критичного мислення щодо джерел інформації, а також формуванні практичних і етичних навичок об'єктивного аналізу та висвітлення міжнародних подій.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Курс охоплює теми, пов'язані з роллю медіа у висвітленні міжнародних конфліктів та кризових ситуацій, включно з аналізом глобальних та регіональних медіаплатформ, традиційних та цифрових ЗМІ. Розглядаються механізми пропаганди, дезінформації, маніпуляції та психологічного впливу на громадську думку під час воєн і політичних конфліктів, а також роль соціальних мереж і цифрових платформ у поширенні інформації та контрінформаційних кампаній. Курс висвітлює етичні та професійні стандарти журналістики у кризових умовах, питання безпеки журналістів і прав людини у медійному середовищі, а також методи фактчекінгу та медіаграмотності. Крім того, вивчається поняття «інформаційна війна», форми ведення і види інформаційної боротьби, а також мета, завдання, методи, засоби інформаційних воєн. Студенти аналізують сучасні кейси міжнародних конфліктів, оцінюють вплив медіа на політичні та суспільні процеси, досліджують способи протидії дезінформації та формують навички критичного мислення й оцінки достовірності медіаконтенту у глобальному інформаційному просторі.

Міжнародні медіа в умовах дезінформації / International media in the context of disinformation

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська, англійська
Передумови для вивчення дисципліни	вивчення основ журналістики, масової комунікації, теорії і практики журналістики, медіарегулювання
Інформаційне забезпечення	Робоча програма дисципліни, основна та допоміжна література; інформаційні ресурси в мережі інтернет; сайт «Media Vista» (https://mediavista.com.ua/), сайт кафедри журналістики (https://mediadep.uzhnu.edu.ua/); сервіси та послуги «Google», «Microsoft Office» (Word, PowerPoint); платформи для створення презентацій «Prezi», «Canva»; платформи для інтерактиву «Kahoot», «Miro», «Padlet», «Mentimeter» та ін.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Після завершення курсу студенти знатимуть природу, типи та механізми поширення дезінформації в глобальному медіасередовищі, роль міжнародних медіа у формуванні громадської думки та вплив інформаційних війн на міжнародні відносини. Вони розумітимуть стратегії державних і недержавних організацій у галузі інформаційного впливу, особливості пропаганди, маніпулятивних наративів і алгоритмічних ефектів цифрових платформ.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Вивчення ролі міжнародних медіа у глобальному інформаційному просторі та впливу дезінформації на суспільство. Розглядаються механізми поширення фейкових новин, психологічні та соціальні наслідки дезінформації, інструменти фактчекінгу та медіаграмотності, а також етичні стандарти журналістики у міжнародному контексті. Курс передбачає аналіз сучасних кейсів і формує критичне мислення щодо інформаційного контенту. Студенти навчаються аналізувати контент міжнародних ЗМІ, виявляти фейки, маніпуляції та дезінформаційні кампанії, застосовувати інструменти фактчекінгу та верифікації інформації, працювати з відкритими джерелами, а також створювати журналістські матеріали з дотриманням професійних стандартів в умовах інформаційного протистояння

Мовностильові особливості висвітлення чутливих тем у медіа

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	дидактичні матеріали на сайті електронного навчання УжНУ, навчально-методичні посібники, довідкові видання
Форма проведення занять	лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення курсу студенти вдосконалять уміння коректно, відповідально й етично висвітлювати чутливі теми в медіа; розвинуть навички добору мовних і стилістичних засобів у роботі з темами війни, травми, вразливих соціальних груп; сформуують здатність створювати медіаматеріали з урахуванням етичних норм і можливого впливу на аудиторію; удосконалять уміння критично оцінювати власний і чужий медіапродукт із погляду мови, стилю та відповідальності журналіста.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна спрямована на формування професійної чутливості журналіста та розвиток відповідального мовлення в роботі зі складними й соціально значущими темами. Курс охоплює поняття чутливих тем у сучасному медіадискурсі, етичні засади їх висвітлення, мовні й стилістичні особливості журналістських матеріалів, типові комунікативні ризики та шляхи їх уникнення; передбачає аналіз текстових і мультимедійних медіаматеріалів; виробляє навички створення збалансованих, точних і коректних журналістських текстів; включає практичні завдання, спрямовані на вдосконалення усної й письмової професійної комунікації.

Мультимедійні формати в медіа / Multimedia formats in media

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська, англійська
Передумови для вивчення дисципліни	вивчення медіалінгвістики, виробництва цифрового контенту, радіної і телевізійної журналістики, практикуму зі створення медіатексту
Інформаційне забезпечення	Робоча програма дисципліни, основна та допоміжна література; інформаційні ресурси в мережі інтернет; сайт «Media Vista» (https://mediavista.com.ua/), сайт кафедри журналістики (https://mediadep.uzhnu.edu.ua/); сервіси та послуги «Google», «Microsoft Office» (Word, PowerPoint); платформи для створення презентацій «Prezi», «Canva»; платформи для інтерактиву «Kahoot», «Miro», «Padlet», «Mentimeter» та ін.
Форма проведення занять	лекції, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою курсу є ознайомлення студентів із різноманітними мультимедійними форматами в сучасних медіа, розвиток навичок створення інтерактивного та візуально привабливого контенту, а також формування здатності ефективно поєднувати текст, фото, відео, аудіо та графіку для досягнення комунікаційних цілей та залучення аудиторії.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Курс знайомить студентів із різновидами мультимедійного контенту, підходами до їх створення та використання у медіа. У рамках курсу вивчаються текстові формати та сторителінг, інтерактивні та мультимедійні платформи, адаптація контенту для соціальних мереж та цифрових медіа, принципи поєднання форматів для ефективної комунікації та залучення аудиторії, етичні та правові аспекти мультимедійної журналістики. Курс поєднує теоретичний аналіз і практичні завдання, спрямовані на розвиток навичок створення професійного мультимедійного медіапродукту та комплексного подання інформації.

Нативна реклама для брендів: ідеї, платформи та ефективність

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр (осінній/весняний)	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни*	нема
Інформаційне забезпечення	Інтернет-сайти медіаграмотності, маркетингу, реклами та PR, презентації від запрошених експертів-практиків, власні напрацювання, матеріали від професійних спільнот у соцмережах.
Форми проведення занять	Лекції та практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення цього предмету студент бачитиме чітку різницю між класичною рекламою та нативною. Він навчиться формувати ідеї, стратегії та концепції нативної реклами для різних сегментів бізнесу та соціальних ініціатив. Він писатиме загальний план нативного продукту, сценарій та план зйомок, дизайну і фінального створення. Він розумітиме, як поєднати в нативній рекламі маркетингову ефективність, аспект PR та WOW-комунікацію. Він побачить, як творчістю посилювати класичні ідеї реклами.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Нативна реклама VS класична, і як їх балансувати задля кращої ефективності.

Аналіз кейсів нативної реклами в регіональних та всеукраїнських виданнях.

Аналіз кейсів нативної реклами брендів у соцмережах.

Аналіз кейсів нативної реклами в інстаблогерів.

Формування ідеї, стратегії та концепції кількох нативних реклам.

Написання плану, сценарію та створення контенту для нативної реклами.

Аналіз перших і проміжних результатів ефективності нативної реклами.

Організація PR-кампанії

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Основи масової комунікації, Теорія й практика друкованої журналістики
Інформаційне забезпечення	робоча програма, навчальні посібники, сайт електронного навчання ДВНЗ «УжНУ», презентаційні матеріали лекційного курсу, тести на платформі Google Form, Kahoot, вебресурси до тем тощо.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення дисципліни студенти опанують ключові знання та навички зі сфери публік рилейшнз, особливості використання PR в різних професійних сферах діяльності та в просуванні власного іміджу. Особливу увагу приділено методиці розробки та втілення усіх етапів PR-кампанії, використанню найефективніших PR-інструментів для успішного результату, технологій протидії кризовим ситуаціям.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Паблік рилейшнз як професійна діяльність та суспільне явище. PR: історія, види, принципи та функції. Особливості використання PR у різних галузях суспільного життя. Паблік рилейшнз у системі менеджменту та маркетингу. PR-кампанія та її організація. Планування в PR. Громадськість в системі паблік рилейшнз та комунікативний вплив на неї. Методи дослідження цільової та потенційної аудиторії. Створення медіаплану в підготовці PR-кампанії. Інструментарій паблік рилейшнз та його класифікація. Основні засоби реалізації завдань PR. Безпосередні та опосередковані PR-засоби. Особливості

Ординарний та екстраординарний спілкувальний етикет

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	3 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	базові фахові знання з дисциплін «Медіалінгвістика», «Теорія та практика масмедіа», «Основи наукових досліджень» тощо, набуті студентами впродовж першого року навчання
Інформаційне забезпечення	програма навчальної дисципліни, наукова література (підручникова, посібниково-довідкова, словникова та ін.).
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Знання. Засвоєння основних понять, що розкривають сутність, природу явища спілкувального етикету як предмета курсу; розуміння генетичних, причиново-наслідкових зв'язків, типових і нетипових особливостей спілкувального етикету в сучасній масмедійній практиці та комунікативних обставин, що їх детермінують.

Уміння. Ефективно забезпечувати комунікацію на основі врахування різних аспектів сучасного етикету, адекватного добору його вербальних і невербальних засобів у різних спілкувальних ситуаціях; розпізнавати та вчасно нейтралізувати атикетні прояви у фаховій комунікації

Інші компетентності. Знання та розуміння предметної галузі та професійної діяльності; здатність застосовувати спеціальні знання в різних практичних ситуаціях; бути критичним і самокритичним; спроможність шукати, обробляти, задіювати інформацію з різних джерел; здатність створювати медіапродукт, критично оцінювати свій та чужий результат професійної діяльності тощо.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Інформація про спілкування як вид соціальної взаємодії, його роль у масмедійній практиці, зв'язок із фаховими дисциплінами; основні поняття спілкування, особливості спілкувального етикету в діахронному та синхронному вимірах; вербальні етикетні ресурси в різних комунікативних обставинах і невербальні компоненти спілкувального етикету; стандартні та нестандартні етикетні ситуації; складові сучасного українського спілкувального етикету крізь призму функцій, демократичних стандартів ЗМК та гуманістичних цінностей.

Теми:

1. Спілкування як вид соціальної взаємодії, його роль у масмедійній практиці, зв'язок із фаховими дисциплінами.
2. Основні поняття спілкування (комунікативна ситуація, компетенція, акт спілкування та ін.).
3. Етикет у спілкуванні: діахронний і синхронний виміри.
4. Лінгвальні етикетні ресурси в різних комунікативних ситуаціях.
5. Фонетичні аспекти етикетного мовлення.
6. Лексичні та фраземні засоби етикету.
7. Етикетний потенціал граматичних категорій, значень і форм.
8. Невербальні компоненти спілкувального етикету, їх вияв у масмедіа.
9. Стандартні та нестандартні етикетні ситуації.
10. Антиетикет і сучасні тенденції у медіамовленні.
11. Складові сучасного українського спілкувального етикету крізь призму функцій, демократичних стандартів ЗМК та гуманістичних цінностей.

Основи графічного дизайну в медіа

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	вивчення основ журналістики, теорії та практики журналістики
Інформаційне забезпечення	усі необхідні для вивчення дисципліни матеріали розміщені на сайті dyskurs.info
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення дисципліни студенти-журналісти здобудуть базові знання про принципи графічного дизайну, композиції, типографіки та колористики. Розвиватимуть уміння створювати ефективні візуальні комунікації, враховуючи особливості сприйняття інформації аудиторією. Студенти набудуть практичних навичок роботи з композицією, шрифтами, кольором та стилями дизайну, створюватимуть власні роботи.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Курс спрямований на вивчення ключових принципів та елементів графічного дизайну, необхідних для створення ефективних візуальних комунікацій у медіасфері. Студенти ознайомляться з основами композиції, її видами, принципами та прийомами, такими як рівновага, ритм, контраст, «золотий перетин» тощо. Значна увага приділятиметься типографіці, структурі та параметрам шрифтів, правилам їх добору та використання в дизайні. Курс також охоплюватиме теорію кольору, властивості та гармонії кольорів, колірні моделі та їх застосування в дизайні. Студенти вивчатимуть когнітивні ілюзії у сприйнятті дизайну, а також ознайомляться з основними стилями графічного дизайну, такими як вікторіанський, ар-нуво, модернізм, конструктивізм тощо. Практична частина курсу включатиме завдання зі створення власних дизайнів обкладинок, макетів сторінок та інших медіапродуктів з використанням вивчених принципів та прийомів.

Паблік рилейшнз у професійній діяльності

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	робоча програма, навчальні посібники, сайт електронного навчання ДВНЗ «УжНУ», презентаційні матеріали лекційного курсу, тести на платформі Google Form, Kahoot, вебресурси до тем тощо.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення дисципліни студенти опанують ключові знання та навички зі сфери паблік рилейшнз, особливості використання PR в різних професійних сферах діяльності та в просуванні власного іміджу, методику розробки та втілення усіх етапів PR-кампанії, використання найефективніших PR-інструментів для успішного результату.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Паблік рилейшнз як суспільне явище. Сутність паблік рилейшнз та його види. Принципи та функції паблік рилейшнз. З історії розвитку паблік рилейшнз як сфери професійної діяльності. Використання PR у різних галузях суспільного життя. Паблік рилейшнз у системі менеджменту та маркетингу. Аудиторія паблік рилейшнз та комунікативний вплив на неї. Методи вивчення громадської думки. Інструментарій паблік рилейшнз та його класифікація. Основні засоби реалізації завдань PR. PR-кампанія та її організація. Планування в PR. Політичні паблік рилейшнз. Формування іміджу в сфері PR. Антикризисний PR та його складові.

Основи PR-стратегії

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Основи масової комунікації, Теорія й практика друкованої журналістики
Інформаційне забезпечення	робоча програма, навчальні посібники, сайт електронного навчання ДВНЗ «УжНУ», презентаційні матеріали лекційного курсу, тести на платформі Google Form, Kahoot, вебресурси до тем тощо.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення дисципліни студенти опанують ключові знання та навички зі сфери паблік рилейшнз, особливості використання PR в різних професійних сферах діяльності та в просуванні власного іміджу, стратегію розробки та втілення усіх етапів PR-кампанії, використання найефективніших PR-інструментів для успішного результату.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Паблік рилейшнз як суспільне явище. Сутність паблік рилейшнз та його види. Принципи та функції паблік рилейшнз. З історії розвитку паблік рилейшнз як сфери професійної діяльності. Стратегії використання PR у різних галузях суспільного життя. Паблік рилейшнз у системі менеджменту та маркетингу. Аудиторія паблік рилейшнз та комунікативний вплив на неї. Методи вивчення громадської думки. Інструментарій паблік рилейшнз та його класифікація. Стратегічні засоби реалізації завдань PR. PR-кампанія та її організація. Планування в PR. Політичні паблік рилейшнз. Формування іміджу в сфері PR. Антикризовий PR та його складові.

Персональний бренд у соцмережах для експертів

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	інтернет-сайти, презентації від запрошених експертів-практиків, власні напрацювання.
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення цього предмету студент орієнтуватиметься в ключових аспектах: для чого формувати персональний бренд у соцмережах; із чого треба починати; які платформи та формати обрати; як планувати теми й види контенту для своїх сторінок; як балансувати інформацію про роботу/бізнес та особисте життя; як взаємодіяти з аудиторією; які результати дає праця над персональним брендом у соцмережах.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Персональний бренд у соцмережах: явище, тенденція, тренд, необхідність. Створення ідеї та стратегії персонального бренду в соцмережах. Вибір тематики і видів контенту для персонального бренду в соцмережах. Написання контент-плану публікацій для персонального бренду в соцмережах. Аналіз перших результатів роботи над персональним брендом. Переформатування ідеї та стратегії, зважаючи на потребу в новизні та загальну зміну обставин. Аналіз проміжних результатів роботи над персональним брендом.

Полемічне мистецтво в масмедіа

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	3 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	базові фахові знання з дисциплін «Медіалінгвістика», «Теорія та практика масмедіа», «Основи наукових досліджень» тощо, набуті студентами впродовж першого року навчання
Інформаційне забезпечення	програма навчальної дисципліни, наукова література (підручникова, посібниково-довідкова, словникова та ін.).
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Знання. Засвоєння основних понять, що розкривають сутність, природу полеміки як предмета курсу; знання генетичних, причиново-наслідкових зв'язків, своєрідних рис вияву полемічної традиції в модерній масмедійній практиці.

Уміння. Спроможність застосовувати наукові положення полемічної майстерності у власній масмедійній творчості; уміння враховувати закономірності, принципи та правила публічного сперечання (полеміки, дискусії, диспуту, дебатів) під час осмислення сучасного емпіричного матеріалу.

Інші компетентності. Знання та розуміння предметної галузі та професійної діяльності; здатність застосовувати спеціальні знання в різних практичних ситуаціях; бути критичним і самокритичним; спроможність шукати, обробляти, задіювати інформацію з різних джерел; здатність створювати медіапродукт, критично оцінювати свій та чужий результат професійної діяльності.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Інформація про полемічну культуру як цілісну специфічну сферу зі своєю історією, традиціями, особливими лінгвальними та паралінгвальними рисами; вияв різних форм мистецтва полеміки в сучасній українській журналістиці; роль полеміки у професійній діяльності медійника, що ґрунтується на загальних гуманістичних і національних цінностях, демократичних принципах, політичній культурі тощо.

Теми:

1. Сенс курсу: міжгалузевий характер, предмет, завдання, зв'язок з іншими дисциплінами.

2. З історії світової та української полемічної культури.
3. Різновиди публічної дискусії.
4. Традиції публічної полемічної культури та їхній вияв у сучасних медіа.
5. Особливості організації та структурування публічної дискусії.
6. Лінгвальні та паралінгвальні засоби забезпечення ефективності полеміки.
7. Моделі та стратегії, що забезпечують успішне переконання опонента й аудиторії.
8. Види дебатів, особливості їх реалізації у демократичних умовах.
9. Політичні дебати у масмедіа крізь призму функцій і стандартів журналістики.
10. Типові недоліки під час публічної полеміки, способи їх запобігання.
11. Мистецтво суперечки у новітній медійній практиці.

Полілінгвальний мультимедійний медіаресурс

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	«Вебтехнології в ЗМК», «Основи журналістики», «Основи масової комунікації»
Інформаційне забезпечення	Матеріали для вивчення дисципліни містяться на освітній медіаплатформі https://dyskurs.info , крім того, використовуватимуться онлайн-платформи для розробки багатомовних вебсайтів та мультимедійних проєктів (WordPress з плагінами WPML або Polylang, Drupal з модулем Language); інструменти для створення інтерактивного мультимовного контенту (Thinglink, H5P, Genially); сервіси для роботи з аудіо та відео, що підтримують субтитри та переклад (Amara, Dotsub, YouTube); платформи для створення мультимовної інфографіки та візуалізації даних (Canva з функцією перекладу, Infogram, Visme); інструменти для локалізації та управління перекладами (Transifex, Crowdin, Phrase); кейси та приклади успішних полілінгвальних мультимедійних проєктів (BBC World Service, Deutsche Welle та ін).
Форма проведення занять	лекції, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Опанувавши дисципліну, студенти розумітимуть принципи функціонування полілінгвальних мультимедійних платформ та особливості створення мультимовного контенту для різних каналів комунікації, зокрема з урахуванням культурних відмінностей аудиторії. Набудуть навичок планування, дизайну й розробки в команді багатомовного мультимедійного ресурсу, адаптованого для міжнародної аудиторії. Студенти матимуть компетентності у створенні, локалізації й адаптації контенту для мультимовних вебсайтів, соціальних мереж, інших медіаканалів. Умітимуть використовувати сучасні інструменти й технології для управління

багатомовними мультимедійними проектами, аналізу міжнародної аудиторії та оцінки ефективності крос-культурних комунікаційних стратегій.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Поняття про полілінгвальний мультимедійний ресурс, його види, характеристики, місце у сучасному глобальному медіапросторі. Планування багатомовного мультимедійного проекту: визначення цілей, аналіз міжнародної цільової аудиторії, вибір мов та каналів комунікації, розробка мультикультурної контент-стратегії. Дизайн полілінгвальної мультимедійної платформи: мультикультурний UX/UI дизайн, адаптивність, візуальна ідентичність для різних культур. Технічна реалізація багатомовної платформи: вибір CMS з підтримкою мультимовності, мультидоменна архітектура сайту; базові навички інтернаціоналізації. Створення мультимовного контенту для вебсайту: структура сайту, типи контенту (тексти, зображення, відео, аудіо), міжнародна SEO-оптимізація. Локалізація та переклад мультимедійних форматів: лонгвідів, інтерактивних статей, інфографіки, відеосторітелінгу, подкастів. Соціальні мережі як частина полілінгвальної мультимедійної платформи: адаптація контенту для різних країн та культур. Монетизація полілінгвальної мультимедійної платформи: глобальні рекламні моделі, спонсорство, краудфандинг. Аналітика й оцінка ефективності: метрики веб-аналітики для багатомовних сайтів, залученість міжнародної аудиторії тощо. Управління мультикультурними мультимедійними проектами.

Політичне ток-шоу

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Опанування дисциплін «Теорія та практика друкованої журналістики», «Основи журналістики», «Теорія і практика міжнародної радіожурналістики»
Інформаційне забезпечення	Обладнання телерадіостудії, мультимедійне обладнання
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Формування комплексу загальних та спеціальних компетентностей, теоретичних знань та практичних вмінь з використання цифрових технологій виробництва контенту; оволодіння студентами знаннями з моделювання та реалізації телевізійних проєктів на основі розкриття закономірностей телевізійної режисури, створення та управління проєктами політичного спрямування. Курс ознайомлює з теоретичними та практичними аспектами функціонування суспільно-політичних проєктів на телебаченні, екранної режисури, особливостями різних професій у виробництві актуального контенту.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Історичний розвиток політичних ток-шоу.

Тема 2. Жанрові особливості проєктів.

Тема 3. Політичні ток-шоу й особливості формування громадської думки. .

Тема 4. Роль ведучих (модераторів) та редакційна політика.

Тема 5. Вплив цифрових медіа.

Тема 6. Гендерні аспекти політичних ток-шоу.

Пошукова оптимізація сайтів

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	«Вебтехнології в ЗМК», «Основи журналістики», «Основи масової комунікації»
Інформаційне забезпечення	Матеріали для вивчення дисципліни – на освітній медіаплатформі https://dyskurs.info , на сайті відділення журналістики УжНУ (https://mediadep.uzhnu.edu.ua/); також використовуватимуться інструменти для SEO-аналізу та дослідження ключових слів (Google Analytics, Google Search Console, SEMrush, Moz Pro); платформи для моніторингу; онлайн-курси з пошукової оптимізації (на платформах Coursera, Udemy, Google Digital Workshop); галузеві звіти та дослідження з SEO (наприклад, від Searchmetrics, Backlinko); навчальні посібники і підручники з пошукової оптимізації, доступні в бібліотеці університету або онлайн.
Форма проведення занять	лекції, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Після вивчення дисципліни студенти розумітимуть основні принципи та стратегії пошукової оптимізації (SEO) для вебсайтів ЗМІ. Вони опанують ключові техніки оптимізації контенту, структури сайту та зовнішніх факторів для покращення видимості в пошукових системах. Студенти набудуть практичних навичок проведення SEO-аудиту сайту, дослідження ключових слів, оптимізації текстового та мультимедійного контенту, створення ефективної внутрішнього перелінкування й налагодження процесу лінкбїлдингу. Вони вмітимуть використовувати спеціалізовані інструменти та сервіси для аналізу й моніторингу SEO-показників, а також адаптувати сайти під мобільні пристрої та вимоги пошукових алгоритмів.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Основні поняття пошукової оптимізації, принципи роботи пошукових систем, значення SEO для вебсайтів ЗМІ. Фактори ранжування сайтів: релевантність, авторитетність, юзабіліті, технічна оптимізація. Дослідження ключових слів: їх типи, інструменти для збору й аналізу, складання

семантичного ядра. On-page оптимізація: оптимізація мета-тегів, заголовків, контенту сторінок; форматування тексту, оптимізація зображень і відео. Структура сайту та навігація: категоризація контенту, ієрархія сторінок, юзабіліті, перелінкування. Технічна оптимізація: швидкість завантаження сайту, мобільна адаптивність, індексація сторінок, файл robots.txt, карта сайту. Off-page оптимізація: стратегії лінкбیلдингу, типи зворотних посилань, аналіз посилальної маси, управління репутацією. Локальне SEO: оптимізація для геозалежних запитів, реєстрація в картографічних сервісах, локальні цитування. Аналіз та моніторинг SEO-показників: трафік, позиції ключових слів, поведінкові фактори; інструменти веб-аналітики. Адаптація до оновлень алгоритмів пошукових систем: аналіз змін, коригування SEO-стратегії, робота з факторами EAT (Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness // експертність, авторитетність, надійність).

Принципи і правила сучасного етикету

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Базові фахові знання з дисциплін «Медіалінгвістика», «Теорія та практика масмедіа», «Основи наукових досліджень» тощо, набуті студентами впродовж першого року навчання
Інформаційне забезпечення	Програма навчальної дисципліни, наукова література (підручникова, посібниково-довідкова, словникова та ін.).
Форма проведення занять	лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Знання. Засвоєння основних понять, що розкривають сутність, природу явища сучасного етикету як предмета курсу; знання генетичних, причиново-наслідкових зв'язків, своєрідних рис вияву спілкувального етикету в сучасній масмедійній практиці.

Уміння. Спроможність застосовувати наукові критерії, враховувати під час осмислення відповідного явища стрижневі аспекти, аналізувати оригінальний емпіричний матеріал; опанування засад ефективного спілкувального етикету, здатність фахово брати участь у різних комунікативних ситуаціях, доречно застосовувати етикетний лінгвальний інструментарій.

Інші компетентності. Знання та розуміння предметної галузі та професійної діяльності; здатність застосовувати спеціальні знання в різних практичних ситуаціях; бути критичним і самокритичним; спроможність шукати, обробляти, задіювати інформацію з різних джерел; здатність створювати медіапродукт, критично оцінювати свій та чужий фаховий продукт, інформаційну діяльність загалом тощо.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Інформація про спілкування як вид соціальної взаємодії, його роль у масмедійній практиці, зв'язок із фаховими дисциплінами; основні поняття спілкування, особливості спілкувального етикету в діахронному та синхронному вимірах; вербальні етикетні ресурси в різних комунікативних обставинах і невербальні компоненти спілкувального етикету; стандартні та нестандартні етикетні ситуації; складові сучасного українського спілкувального етикету крізь призму функцій, демократичних стандартів ЗМК та гуманістичних цінностей.

Теми:

1. Спілкування як вид соціальної взаємодії, його роль у масмедійній практиці, зв'язок із фаховими дисциплінами.
2. Основні поняття спілкування (комунікативна ситуація, компетенція, акт спілкування та ін.).
3. Етикет у спілкуванні: діахронний і синхронний виміри.
4. Вербальні етикетні ресурси в різних комунікативних ситуаціях.
5. Фонетичні аспекти етикетного мовлення.
6. Лексичні та фраземні засоби етикету.
7. Етикетний потенціал граматичних категорій, значень і форм.
8. Невербальні компоненти спілкувального етикету, їх вияв у масмедіа.
9. Стандартні та нестандартні етикетні ситуації.
10. Антиетикет і сучасні тенденції у медіамовленні.
11. Складові сучасного українського спілкувального етикету крізь призму функцій, демократичних стандартів ЗМК та гуманістичних цінностей.

Проджект-менеджмент у креативних індустріях

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	Інтернет-сайти, презентації від запрошених експертів-практиків, власні напрацювання, матеріали від професійних спільнот у соцмережах.
Форма проведення занять	лекції, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Ми на практиці розглянемо, які необхідні жорсткі й м'які навички менеджера творчих команд. Визначимо ключові обов'язки і сфокусуємося на тому, що керівник першочергово відповідає за всю команду та кінцевий результат проєкту. Розглянемо ефективні форми управління командами та взаємодії із кожним окремим учасником. Навчимося знаходити сильні й слабкі місця кожного члена колективу, аби підсвітити й підсилити сильні й пропрацювати слабкі. З досвіду побачимо, як ставити короткострокові й довгострокові робочі цілі й забезпечувати їх ефективне виконання.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Ми розглянемо основні класичні обов'язки керівників команд, а також визначимо ключові зони відповідальності.

Протестуємо комфортні цифрові програми для планування роботи команд.

Проговоримо засади тайм-менеджменту особистого й командного.

Вивчатимемо кращий досвід українських креативних колективів.

Будемо моделювати всілякі професійні ситуації в реальних умовах.

Налагодимо взаємодію із місцевими керівниками, аби вони поділилися досвідом ефективності управління.

Усі завдання будуть орієнтовані на практику.

Пропаганда та контрнарративи: аналіз і протидія / Propaganda and counter-narratives: analysis and countermeasures

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр (осінній/весняний)	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська, англійська
Передумови для вивчення дисципліни*	вивчення основ журналістики, масової комунікації, теорії і практики журналістики, медіарегулювання
Інформаційне забезпечення	Робоча програма дисципліни, основна та допоміжна література; інформаційні ресурси в мережі інтернет; сайт «Media Vista» (https://mediavista.com.ua/), сайт кафедри журналістики (https://mediadep.uzhnu.edu.ua/); сервіси та послуги «Google», «Microsoft Office» (Word, PowerPoint); платформи для створення презентацій «Prezi», «Canva»; платформи для інтерактиву «Kahoot», «Miro», «Padlet», «Mentimeter» та ін.
Форми проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Мета курсу полягає у формуванні в студентів системного розуміння механізмів пропаганди та дезінформації, розвитку критичного мислення й медіаграмотності, а також набутті практичних навичок аналізу маніпулятивних повідомлень і створення ефективних контрнарративів. Курс спрямований на підготовку слухачів до відповідальної та етичної протидії інформаційним впливам у медіа, соціальних мережах і публічному просторі з метою підвищення інформаційної стійкості суспільства.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Курс зосереджений на вивченні пропаганди як інструменту інформаційно-психологічного впливу, а також на аналізі та створенні контрнарративів як ключового засобу протидії маніпулятивним впливам. У межах курсу розглядається поняття пропаганди та її відмінності від публічної дипломатії, інформаційно-психологічних операцій, інформаційних війн, стратегічних комунікацій, дезінформації, місінформації, малінформації, журналістики й постпропаганди; методи дослідження пропаганди, її вплив і наслідки, а також правові аспекти, зокрема кримінальна відповідальність. Теми охоплюють типологію, структуру, теорії та моделі пропагандистської комунікації,

методи й засоби поширення пропаганди, аналіз пропагандистських повідомлень і наративів, зокрема конструювання образів ворога й героя, взаємозв'язок пропаганди та ідеології, а також основні цілі й месиджі російської пропаганди щодо України. Окремі модулі присвячені маніпуляції як формі взаємодії, поширеним технікам маніпулювання громадською думкою в різних видах ЗМІ, явищам джинси та інфодемії, роботі з фактами, фейками й фактоїдами, «4F-тактикам» дезінформації, а також аналізу дипфейків як продукту штучного інтелекту та технічним рішенням для їх виявлення. Завершальна частина курсу зосереджена на аналітичних інструментах фактчекінгу й верифікації, принципах оцінки та вердиктах фактчекінгу, а також на понятті, типах і стратегіях контрнاراتивів і контрпропаганди, зокрема дебанкінгу, пребанкінгу та теорії інокуляції, з урахуванням особливостей поширення пропаганди й протидії їй в епоху постправди та в сучасному українському інформаційному просторі.

Професійні стандарти роботи журналіста-міжнародника

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Основи масової комунікації, Теорія й практика друкованої журналістики, Основи журналістики
Інформаційне забезпечення	робоча програма, навчальні посібники, сайт електронного навчання ДВНЗ «УжНУ», презентаційні матеріали лекційного курсу, тести на платформі Google Form, Kahoot, вебресурси до тем тощо.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення дисципліни студенти опанують ключові знання та навички про місце і роль журналістської діяльності в системі міжнародних відносин, міжнародного інформаційного обміну; загальні тенденції розвитку світової журналістики, специфіку роботи журналіста-міжнародника як фрілансера, кореспондента закордонного медіа, спеціального кореспондента вітчизняного ЗМІ, професійні вимоги до нього. Вивчається роль та місце міжнародних журналістських організацій, інформаційних агенств, медіахолдингів у міжнародному інформаційному просторі, тощо. Розглядається особливості та стандарти роботи світових медіа. Окремими темами розглядається вимоги щодо роботи журналіста-міжнародника в гарячих точках.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Сучасні тенденції роботи журналістів в міжнародному інформаційному просторі. Тенденції розвитку міжнародної журналістики. Міжнародні медіахолдинги: процеси концентрації та монополізації. Особливості міжнародних медіа та їх стандарти роботи. Міжнародні журналістські організації: специфіка функціонування та умови участі. Специфіка роботи журналіста в міжнародних інформаційних агенствах. Міжнародні правові стандарти діяльності журналістів. Етика та етикет в міжнародній журналістиці. Особливості підготовки матеріалів в міжнародній журналістиці. Професійні особливості роботи журналіста-міжнародника: практичний досвід українських медійників. Специфіка роботи журналіста-міжнародника в зоні військового конфлікту.

Психотехнологія реклами у медіавиробництві

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	<p>Основна література</p> <p>Божкова В. В., Мельник Ю. М. Реклама та стимулювання збуту. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 208 с.</p> <p>Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність: [навч. посіб.]. Полтава: РВВ ПДАА, 2018. 230 с. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/10332/1/Реклама_рекл_діяльність.pdf.</p> <p>Бугрим В. В. Креатив у рекламі: навч. посіб. з інтерактивом / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К.: Київ. ун-т, 2012. 304 с.</p> <p>Коваленко О. В., Кутліна І. Ю., Олійник Г. Ю. Реклама в системі маркетингових комунікацій. К.: Університет «Україна», 2021. 144 с.</p> <p>Допоміжна література</p> <p>Балабанова Н. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент. К., 2017. 392 с.</p> <p>Бутенко Н. В. Маркетинг. URL: http://pidruchniki.com/1584072040014/marketing/marketing.</p> <p>Владимирська А., Владимирський П. Реклама: Навч. посіб. К.: Кондор, 2009. 334 с.</p> <p>Джефкінс Ф. Реклама. Практичний посібник: 2-е вид. К.: Знання, 2008. 566 с.</p> <p>Каплунов Д. Як писати рекламну пропозицію. Харків: Фабула, 2019. 352 с.</p> <p>Кузьменко М. М., Поліщук І. І. Реклама як особливий маркетинговий інструмент впливу на споживача. Young Scientist. 2017. № 10 (50). Жовт. С. 926-929.</p> <p>Закон України «Про рекламу». URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр.</p>

Обрисько Б. А. Реклама і рекламна діяльність. К.: МАУП, 2002. 240 с.

Огілві Д. Про рекламу / переклад Д. Шостака. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2019. 288 с.

Пазуха М. Д. Реклама у підприємницькій діяльності: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2006. 176 с.

Примак Т. Рекламний креатив: Навч. посіб.; Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. К., 2006. 328 с.

Примак Т. О. Трансформаційні перетворення рекламного креативу в Україні: наук.-практ. вид.; МОНМС України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». К., 2011. 192 с.

Прищенко С. В. Дизайн і реклама: ілюстрований глосарій (основні терміни та поняття). 2-ге вид., випр. і доповн. К.: Видавничий дім «Кондор», 2020. 208 с.

Прищенко С. В. Кольорознавство: навчальний посібник. 3-тє вид., випр. і доповн. К.: Видавничий дім «Кондор», 2018. 436 с.

Прищенко С. В. Основи рекламного дизайну: підручник. 2-ге вид., випр. і доповн. К.: Видавничий дім «Кондор», 2018. 400 с.

Рассел Дж. Т., Лейн У. Р. Рекламные процедуры Клеппнера. URL: http://pidruchniki.com/1199091335557/marketing/reklamnye_protседury_kleppnera.

Ромат Є. В. Основи реклами. К.: Студцентр, 2006. 288 с.

Теорія та історія реклами: навчально-методичний посібник / Укладачі Ю. А. Грушевська, Н. Р. Барабанова, О. М. Назаренко, Л. М. Писаренко. Одеса: Фенікс, 2019. 128 с. URL: http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/14943/Теорія%20та%20історія%20реклами_посібник.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Трухімович С. Реклама. Конспекти копірайтера. Львів: Піраміда, 2009. 96 с.

Філановський О. Гра в бренди. Як збільшити шанси вашого бізнесу на успіх. К.: Наш формат, 2019. 176 с.

Щербаков С. Таргетированная реклама в социальных сетях. Точно в яблочко. Получайте больше клиентов из Facebook и Instagram. Харьков: Фолио, 2018. 256 с.

Яцюк Д. В. Реклама в Інтернеті. К.: Київський

	національний торговельно-економічний університет, 2018. 296 с.
Форма проведення занять	Лекційна й практична
Форма семестрового контролю	Залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Курс покликаний прищепити студентам знання з психотехнології реклами з проєкцією на медіавиробництво та навчити студентів використовувати основні психотехнологічні установки в створенні реклами медіа та для медіа. Завдання: допомогти з'ясувати основи психотехнології реклами; опанувати методи, засоби, механізми психологічного впливу при створенні та просуванні рекламного продукту; прищепити студентам культуру ведення рекламної справи з акцентом на психотехнологію та з урахуванням етичних і законодавчих норм.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна передбачає ознайомлення студентів із такими темами, як: місце психотехнології в рекламній справі; мотивація впливу і рекламний аргумент; специфіка потенційних груп впливу і їхні потреби; методи, засоби, способи, механізми впливу; рекламна колористика; психологічні й естетичні вимоги в рекламній справі.

Публіцистика

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	опанування дисциплін «Теорія і практика друкованої журналістики», «Основи журналістики», «Теорія і практика радіожурналістики», «Теорія і практика тележурналістики», «Теорія і практика онлайн-журналістики», «Медіалінгвістика»
Інформаційне забезпечення	навчально-методичні посібники, довідкові видання
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Студенти розширять знання про публіцистику як напрямок журналістської творчості та глибше розумітимуть її завдання на сучасному етапі, покращать практичні навички в написанні й оцінці медійних матеріалів відповідно до психології, методики й технології літературної праці журналістів у загальній системі діяльності друкованих та електронних медіа, з урахуванням специфіки збору інформації, аналізу конкретних життєвих явищ, подій і фактів, закономірностей художньо-публіцистичного відтворення дійсності, аналітичних та інформаційних способів подачі матеріалів, жанрового потенціалу.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна передбачає розгляд таких тем, як: «Публіцистика: сучасні підходи до розуміння поняття», «Публіцистичні засади журналістики», «Концептуальна публіцистика і її найхарактерніші риси», «Світоглядна публіцистика і масова культура», «Політична публіцистика в контексті публіцистикотворчості», «Письменницька публіцистика як явище», «Публіцистика і поезія як нерозривні складові журналістської творчості», «Художня деталь і подробиця в публіцистичному тексті».

Публічний імідж і репутаційні стратегії в міжнародній комунікації

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Опанування дисциплін «Ділова українська мова», «Орфоепічний практикум», «Медіалінгвістика»
Інформаційне забезпечення	дидактичні матеріали на сайті електронного навчання УжНУ, навчально-методичні посібники, довідкові видання
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення курсу студенти апробують здобуті знання, удосконалять уміння чітко й логічно висловлюватися та аргументувати власну думку, ефективно переконувати, доречно ставити запитання й грамотно відповідати на них, вправно вести ділову розмову; здобудуть навички композиційно правильно оформляти свою промову, сприймати й аналізувати виступи інших, виробляти власний стиль спілкування; матимуть розуміння тісного взаємозв'язку вербальної та невербальної комунікації. Загалом удосконалять особисте професійне мовлення та вміння презентувати результати професійної діяльності.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна спрямована на доповнення знань, набутих студентами під час вивчення ділової української мови, орфоепічного практикуму, медіалінгвістики тощо. Курс передбачає опанування стратегії публічного виступу, методики запам'ятовування його структури та змісту, комплексного розгляду засобів мовленнєвого впливу, з'ясування взаємозв'язку промовця з аудиторією; поглиблює знання студентів зі специфіки публічного журналістського мовлення, способів підвищення його ефективності. Під час навчання здобувачі аналізують актуальний фактичний матеріал (публічні виступи на радіо- й телебаченні), з'ясовують причини логічних помилок у публічних виступах, виявляють невербальні прийоми маніпулювання, способи привернення та утримання уваги тощо.

Реклама у ЗМІ

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	<p>Основна література</p> <p>Божкова В. В., Мельник Ю. М. Реклама та стимулювання збуту. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 208 с.</p> <p>Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність: [навч. посіб.]. Полтава: РВВ ПДАА, 2018. 230 с. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/10332/1/Реклама_рекл_діяльність.pdf.</p> <p>Бугрим В. В. Креатив у рекламі: навч. посіб. з інтерактивом / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К.: Київ. ун-т, 2012. 304 с.</p> <p>Коваленко О. В., Кутліна І. Ю., Олійник Г. Ю. Реклама в системі маркетингових комунікацій. К.: Університет «Україна», 2021. 144 с.</p> <p>Допоміжна література</p> <p>Балабанова Н. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент. К., 2017. 392 с.</p> <p>Бутенко Н. В. Маркетинг. URL: http://pidruchniki.com/1584072040014/marketing/marketing.</p> <p>Владимирська А., Владимирський П. Реклама: Навч. посіб. К.: Кондор, 2009. 334 с.</p> <p>Джефкінс Ф. Реклама. Практичний посібник: 2-е вид. К.: Знання, 2008. 566 с.</p> <p>Каплунов Д. Як писати рекламну пропозицію. Харків: Фабула, 2019. 352 с.</p> <p>Кузьменко М. М., Поліщук І. І. Реклама як особливий маркетинговий інструмент впливу на споживача. Young Scientist. 2017. № 10 (50). Жовт. С. 926-929.</p> <p>Закон України «Про рекламу». URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр.</p>

Обрителько Б. А. Реклама і рекламна діяльність. К.: МАУП, 2002. 240 с.

Огілві Д. Про рекламу / переклад Д. Шостака. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2019. 288 с.

Пазуха М. Д. Реклама у підприємницькій діяльності: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2006. 176 с.

Примак Т. Рекламний креатив: Навч. посіб.; Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. К., 2006. 328 с.

Примак Т. О. Трансформаційні перетворення рекламного креативу в Україні: наук.-практ. вид.; МОНМС України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». К., 2011. 192 с.

Прищенко С. В. Дизайн і реклама: ілюстрований глосарій (основні терміни та поняття). 2-ге вид., випр. і доповн. К.: Видавничий дім «Кондор», 2020. 208 с.

Прищенко С. В. Кольорознавство: навчальний посібник. 3-тє вид., випр. і доповн. К.: Видавничий дім «Кондор», 2018. 436 с.

Прищенко С. В. Основи рекламного дизайну: підручник. 2-ге вид., випр. і доповн. К.: Видавничий дім «Кондор», 2018. 400 с.

Рассел Дж. Т., Лейн У. Р. Рекламные процедуры Клеппнера. URL: http://pidruchniki.com/1199091335557/marketing/reklamnye_protседury_kleppnera.

Ромат Є. В. Основи реклами. К.: Студцентр, 2006. 288 с.

Теорія та історія реклами: навчально-методичний посібник / Укладачі Ю. А. Грушевська, Н. Р. Барабанова, О. М. Назаренко, Л. М. Писаренко. Одеса: Фенікс, 2019. 128 с. URL: http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/14943/Теорія%20та%20історія%20реклами_посібник.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Трухімович С. Реклама. Конспекти копірайтера. Львів: Піраміда, 2009. 96 с.

Філановський О. Гра в бренди. Як збільшити шанси вашого бізнесу на

	успіх. К.: Наш формат, 2019. 176 с. Щербаков С. Таргетированная реклама в социальных сетях. Точно в яблочко. Получайте больше клиентов из Facebook и Instagram. Харьков: Фолио, 2018. 256 с. Яцюк Д. В. Реклама в Інтернеті. К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2018. 296 с.
Форма проведення занять	Лекційна й практична
Форма семестрового контролю	Залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Курс покликаний дати студентам знання з основ рекламології в розрізі зв'язку із засобами масової інформації та навчити студентів створення й аналізу рекламних продуктів, розуміння особливостей діяльності в рекламній сфері, пов'язаній із медіа. Завдання: допомогти з'ясувати студентам, у чому полягають поняття, суть і головні завдання реклами; з'ясувати питання організації, управління й виробництва в рекламній сфері в контексті етико-правових питань; прищепити студентам культуру ведення рекламної справи з акцентом на її ефективності, дієвості.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна передбачає ознайомлення студентів із такими темами, як: поняття, суть і головні завдання реклами; реклама в системі маркетингових комунікацій; засади психотехнології в рекламній діяльності; особливості газетно-журнальної реклами; особливості теле(відео)- й кінореклами; реклама на радіо; реклама в інтернеті. інші види спеціальної й масової реклами та їх зв'язок із засобами масової інформації; громадські зв'язки, спонсорство й меценатство в контексті рекламної діяльності; питання правового регулювання в рекламній сфері.

Робота з чутливими темами в міжнародній журналістиці

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	вивчення основ журналістики, масової комунікації, теорії і практики журналістики, медіалінгвістики
Інформаційне забезпечення	Робоча програма дисципліни, основна та допоміжна література; інформаційні ресурси в мережі інтернет; сайт «Media Vista» (https://mediavista.com.ua/), сайт кафедри журналістики (https://mediadep.uzhnu.edu.ua/); сервіси та послуги «Google», «Microsoft Office» (Word, PowerPoint); платформи для створення презентацій «Prezi», «Canva»; платформи для інтерактиву «Kahoot», «Miro», «Padlet», «Mentimeter» та ін.
Форма проведення занять	лекції, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності): мета курсу – навчити студентів ефективно, етично працювати з чутливими темами, проблематикою конфліктів, міграційних криз, гуманітарних катастроф, питань гендеру, прав людини та релігійної терпимості в медіа, формуючи вміння збалансовувати об’єктивність та емпатію, уникати стереотипів і травматизації аудиторії, а також дотримуватися стандартів журналістики під час висвітлення конфліктів, гуманітарних криз, прав людини та соціально значущих тем.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем): поняття чутливих тем у журналістиці та специфіка висвітлення у міжнародному контексті; етика та відповідальність журналіста, баланс об’єктивності та емпатії; висвітлення конфліктів і воєн; репрезентація міграційних криз та біженців; питання прав людини та міжнародного права; гендерні аспекти та чутливі соціальні теми, включно з насильством та сексуальними злочинами; культурні та релігійні ідентичності у медіа; вплив соціальних мереж та нових медіа на сприйняття чутливих тем; психологічні аспекти роботи журналіста та героїв матеріалів; а також створення практичних матеріалів і підсумкових проєктів із чутливих тем.

Розважальне телебачення

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	Українська
Передумови для вивчення дисципліни	Опанування дисциплін «Теорія та практика друкованої журналістики», «Основи журналістики», «Теорія і практика міжнародної радіожурналістики»
Інформаційне забезпечення	Обладнання телерадіостудії, мультимедійне обладнання
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Формування комплексу загальних та спеціальних компетентностей, теоретичних знань та практичних вмінь з використання цифрових технологій виробництва контенту; оволодіння студентами знаннями з моделювання та реалізації розважальних телевізійних проєктів на основі розкриття закономірностей телевізійної режисури, створення та управління проєктами розважального жанру. Курс ознайомлює з теоретичними та практичними аспектами функціонування розважального телебачення, екранної режисури, особливостями різних професій у виробництві актуального контенту, а також орієнтований на практику, пов'язану з виробництвом відповідної відеопродукції.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Функції розважального ТБ. Розважальне ТБ України. Європейський та американський досвід

Тема 2. Екранна режисура. Функціональні обов'язки членів знімальної групи

Тема 3. Жанри розважального ТБ. Комедія, драма, реаліті-шоу, ток-шоу, екшн-фільми та ін.

Тема 4. Аудиторія.

Тема 5. Творчо-виробничий процес створення проєктів.

Розслідувальна журналістика

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3, 4 мж
Семестр	весняний, осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	дидактичні матеріали на сайті електронного навчання УжНУ, навчально-методичні посібники, довідкові видання
Форма проведення занять	лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою вивчення навчальної дисципліни є формування в студентів цілісного розуміння журналістського розслідування як окремого напрямку медійної діяльності, оволодіння методами збору, перевірки та аналізу інформації, а також розвиток практичних навичок підготовки та публікації розслідувальних матеріалів з урахуванням професійних стандартів, етичних норм і вимог законодавства. Мета досягається вирішенням таких завдань: сформувати розуміння теоретичних засад і суспільної ролі розслідувальної журналістики, включно з оволодінням ключовими поняттями, видами розслідувань та принципами їх організації; розвинути практичні навички збору, перевірки, аналізу й опрацювання інформації, роботи з різними видами джерел, підготовки та публікації розслідувальних матеріалів; сприяти дотриманню професійних стандартів, етичних норм та вимог законодавства, формуванню аналітичного мислення й здатності відповідально комунікувати в медійному середовищі; розвивати аналітичне мислення, здатність критично оцінювати інформацію, зіставляти факти та створювати виважені, суспільно значущі матеріали; сприяти знайомству студентів із сучасною практикою розслідувальної журналістики, міжнародними та українськими кейсами, а також особливостями роботи в умовах воєнного стану та за інших складних ситуацій.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Модуль 1

Тема 1. Розслідувальна журналістика як окремий напрямок у медіасфері. Розслідувальна журналістика і її вплив на суспільство. Розслідувальна журналістика на понятійному рівні і зв'язок з іншими жанрами. Етапи журналістського розслідування. Види розслідувань.

Тема 2. Методика журналістського розслідування. Підготовка до розслідування. Фактор часу в журналістському розслідуванні. Метод равлика. Робота на місці.

Тема 3. Робота із джерелами інформації. Використання відкритих джерел інформації. Джерельна база в інтернеті. Використання свідчень людей. Правоохоронні органи як джерело інформації. Особливості захисту джерел інформації.

Модуль 2

Тема 4. Опрацювання зібраного матеріалу в журналістському розслідуванні. Перевірка інформації. Інструменти обробки. Систематизація і архівація матеріалу. Процес написання. Публікація готового матеріалу.

Тема 5. Дотримання журналістських стандартів у розслідуванні. Права та обов'язки медійників у світлі законодавства і розслідувальна журналістика. Дотримання етичних норм. Особливості комунікації авторів розслідування на онлайн-платформах.

Тема 6. Сучасна практика журналістського розслідування. Журналістські розслідування у світі. Основні напрямки розслідувальної журналістики в Україні. Вітчизняна розслідувальна журналістика в умовах воєнного стану.

Спортивна журналістика

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредиту ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	опанування дисциплін «Теорія і практика друкованої журналістики», «Основи журналістики», «Теорія і практика радіожурналістики», «Теорія і практика тележурналістики», «Теорія і практика онлайн-журналістики», «Медіалінгвістика».
Інформаційне забезпечення	навчально-методичні посібники, довідкові видання
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Студентирозширяють знання про спортивну журналістику, її місце в сучасному світі, розвинуть практичні навички в написанні матеріалів у різних жанрах на спортивну тематику, вироблять навички давати об'єктивну оцінку публіцистичним виступам спортивних журналістів.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна охоплює вивчення таких тем, як «Масова фізична культура і спорт», «Спорт високих досягнень і олімпійські види спорту», «Спортивні організації і їх діяльність», Спортивна тематика в різних засобах масової інформації», «Спеціалізація спортивного журналіста», «Організація і методи роботи спортивного журналіста», «Експертна оцінка матеріалів і робота з аудиторією», «Забезпечення у спорті», «Специфіка діяльності спортивного журналіста в різних типах ЗМІ».

Способи репрезентації даних в онлайн-медіа

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	«Вебтехнології в ЗМК», «Основи журналістики», «Основи масової комунікації»
Інформаційне забезпечення	Матеріали для опанування дисципліни в доступні на освітній медіаплатформі https://dyskurs.info , на сайті відділення журналістики УжНУ (https://mediadep.uzhnu.edu.ua); крім того, використовуватимуться сервіси й послуги «Google»; платформи для створення презентацій «Prezi» (Presentation Software), «Canva»; онлайнві інструменти візуалізації даних: Datawrapper, Infogram, Fluorish, Visme тощо.
Форма проведення занять	лекції, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Підсумком вивчення дисципліни стане розуміння студентами основних концепцій, типів і методів представлення статистичних даних для засобів масової комунікації в Інтернеті, принципів ефективною візуалізації й дизайну для онлайн-медіа. Студенти опанують інструменти й вебмайданчики для створення візуалізацій, з їх використанням набудуть навичок створення якісних статичних і інтерактивних візуалізацій для різних вебмедійних платформ; вмітимуть обирати відповідні типи візуалізацій для конкретних даних і завдань.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Типи репрезентації даних: графіки, діаграми, карти, схеми, інфографіка, інтерактивні плакати тощо. Принципи ефективною візуалізації: чіткість, наочність, відповідність даним. Програмне забезпечення візуалізації. Візуалізація для редакційних статей: графіки, карти, таймлайни. Створення інфографіки для ілюстрації складних процесів та явищ. Інтерактивна візуалізація даних на вебсайтах та в соцмережах. Онлайнві інструменти візуалізації даних: Datawrapper, Fluorish, Infogram, Visme тощо. Створення інтерактивних карт і вебкарт з візуалізацією даних. Вбудована візуалізація даних на вебсайтах: графіки, діаграми, дашборди. Розробка дата-сторителінгу з візуалізацією для онлайн-публікацій і лонгвідів. Візуалізація даних у соціальних мережах: сторіз, пости, інфографіка. Тренди й інновації у репрезентації даних онлайн: віртуальна та доповнена реальність.

Створення мультимедійної платформи

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	«Вебтехнології в ЗМК», «Основи журналістики», «Основи масової комунікації»
Інформаційне забезпечення	Матеріали для вивчення дисципліни – на освітній медіаплатформі https://dyskurs.info , також використовуватимуться онлайн-платформи для розробки вебсайтів та мультимедійних проєктів (WordPress, Wix, Squarespace, викладацький VPS); Інструменти для створення інтерактивного контенту (Thinglink, H5P, Genially); Сервіси для роботи з аудіо та відео (Audacity, Adobe Premiere Rush, Headliner); платформи для створення інфографіки та візуалізації даних (Canva, Fluorish, Infogram, Visme); інструменти для прототипування й дизайну інтерфейсів (Figma, Adobe XD, Sketch); ресурси для вивчення основ HTML, CSS та JavaScript (Codecademy, FreeCodeCamp); кейси та приклади успішних мультимедійних проєктів (наприклад, на сайтах The New York Times, The Guardian, National Geographic).
Форма проведення занять	лекції, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Вивчивши дисципліну, студенти розумітимуть принципи функціонування мультимедійних платформ та особливості створення контенту для різних каналів комунікації. Опанують навички планування, дизайну й розробки власної мультимедійної платформи з урахуванням потреб цільової аудиторії. Студенти набудуть компетентностей у створенні й адаптації контенту для вебсайтів, соціальних мереж, інших медіаканалів. Умітимуть використовувати сучасні інструменти й технології для управління

мультимедійними проєктами, аналізу аудиторії та оцінки ефективності комунікаційних стратегій.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Поняття про мультимедійну платформу, види, характеристики, роль у сучасному медіапросторі. Планування мультимедійного проєкту: визначення цілей, аналіз цільової аудиторії, вибір каналів комунікації, розробка контент-стратегії. Дизайн мультимедійної платформи: UX/UI дизайн, адаптивність, візуальна ідентичність, бренд-бук. Технічна реалізація платформи: вибір CMS, хостингу, доменного імені; базові навички веброзробки. Створення контенту для вебсайту: структура сайту, типи контенту (тексти, зображення, відео, аудіо), SEO-оптимізація. Мультимедійні формати: лонгриди, інтерактивні статті, інфографіка, відеосторітелінг, подкасти. Соціальні мережі як частина мультимедійної платформи: вибір мереж, адаптація контенту, взаємодія з аудиторією. Монетизація мультимедійної платформи: рекламні моделі, спонсорство, краудфандинг, платний контент. Аналітика й оцінка ефективності: метрики веб-аналітики, залученість аудиторії, конверсії тощо. Управління мультимедійними проєктами.

Стилістичний практикум

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Опанування циклу дисциплін «Теорія та практика журналістської творчості», «Медіалінгвістика», а також курсів «Медіатекстознавство», «Медіастилістика»
Інформаційне забезпечення	дидактичні матеріали на сайті електронного навчання УжНУ, навчально-методичні посібники, довідкові видання, навчальні матеріали на платформі dyskurs.info
Форма проведення занять	лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення курсу студенти вдосконалять уміння доречно й ефективно застосовувати стилістичні ресурси сучасної української літературної мови в професійній діяльності; покращать навички створення текстів різної стильової й жанрової спрямованості; розвинуть уміння критично оцінювати власний і чужий медіапродукт з погляду його стилістичного втілення; загалом поліпшать ідіостиль.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна спрямована на поглиблення знань студентів з медіастилістики й медіалінгвістики, розвиток мовленнєвої вправності, вдосконалення комунікативних навичок, необхідних у професійній діяльності. Курс охоплює короткий огляд базових понять стилістики, інформацію про основні функціональні стилі сучасної української мови, найважливіші стилістичні ресурси й сфери їх застосування, типові стилістичні огріхи й шляхи їх уникнення; виробляє навички створення стилістично довершених текстів; включає вправи, що сприяють розвитку ефективної усної й письмової професійної комунікації.

Стильова майстерність медіафахівця

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Опанування циклу дисциплін «Теорія та практика журналістської творчості», «Медіалінгвістика», а також курсів «Медіатекстознавство», «Медіастилістика»
Інформаційне забезпечення	дидактичні матеріали на сайті електронного навчання УжНУ, навчально-методичні посібники, довідкові видання, навчальні матеріали на платформі dyskurs.info
Форма проведення занять	лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення курсу студенти апробують знання з медіастилістики, удосконалять уміння ефективно їх застосовувати в професійній діяльності, створювати стилістично вправні медіатексти усної та письмової форм реалізації для різних видів засобів масової інформації з урахуванням теми, комунікативної мети, жанрової належності, аудиторного спрямування; здобудуть навички критичного оцінювання журналістського, рекламного й PR-продукту у зв'язку з його стилістичним утіленням; удосконалять власний стиль.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна спрямована на доповнення й поглиблення знань, набутих студентами під час вивчення теорії й практики журналістської творчості, медіалінгвістики, медіатекстознавства, медіастилістики. Курс охоплює короткий огляд засад медіастилістики, вивчення стильової системи сучасної української літературної мови, опрацювання найважливіших стильових ресурсів (фонетичних, лексико-фразеологічних, граматичних тощо) і сфер їх застосування. У процесі розробки здобувачами тем різної проблематики поглиблюються знання багатства сучасних стильових засобів, визначаються пріоритети, удосконалюється вміння створювати великі за обсягом журналістські твори аналітичного й публіцистично-художнього спрямування.

Сторителінг для брендів і блогерів

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	осінній
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	спеціалізована література. Інтернет-сайти медіаграмотності, маркетингу, реклами та PR, презентації від запрошених експертів-практиків, власні напрацювання, матеріали від професійних спільнот у соцмережах.
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Ключове те, що на кожній парі ми працюватимемо з текстами у форматі історій. Будемо захищати ідеї, готувати плани та сценарії і писати історії для медіа і соцмереж. Ми втілимо всі етапи створення історій для медіа та соцмереж. Ми вивчатиме кращі взірці такого формату, аби втілювати свої ідеї. Ми навчимося мислити історіями в створенні креативних продуктів.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Сторителінг як одна з основ у створенні текстових рішень для брендів та блогів у креативних індустріях. Етапи створення сторителінгу для брендів і блогів. Теми для сторителінгу для брендів і блогів. Основні «інструменти», які роблять історії захопливими, живими. Аналіз формату сторителінгу в ефективності рекламних кампаній брендів та в просуванні блогів. Аналіз перших і проміжних результатів ефективності такого формату у створенні креативів.

Стратегія проведення переговорів

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	Опанування дисциплін «Ділова українська мова», «Медіалінгвістика», «Орфоепічний практикум»
Інформаційне забезпечення	дидактичні матеріали на сайті електронного навчання УжНУ, навчально-методичні посібники, довідкові видання
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення курсу студенти апробують здобуті знання, сформуєть навички підготовчої роботи і безпосереднього ведення переговорів, удосконалять уміння діагностувати стилі ведення переговорів співрозмовника і вибір конкретних тактичних прийомів для досягнення результату; вміння створювати сприятливий клімат для ведення переговорів; здобудуть навички розпізнавати маніпуляцію і протистояти маніпулятивним тактикам і прийомам у процесі взаємодії. Загалом використовувати знання в галузі проведення ділових переговорів для реалізації професійних навичок.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Дисципліна спрямована на доповнення знань, набутих студентами під час вивчення ділової української мови, медіалінгвістики, орфоепічного практикуму тощо. Курс передбачає комплексний розгляд основних понять та ключових проблем теорії та практики переговорів; сформує систему знань про стратегію і тактику переговорного процесу, стилі ведення ділових переговорів, методи впливу в переговорному процесі.

Сучасний міжнародний медійний дискурс

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	робоча програма, навчальні посібники, сайт електронного навчання ДВНЗ «УжНУ», презентаційні матеріали лекційного курсу, тести на платформі Google Form, Moodle, Kahoot, вебресурси до тем тощо.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення дисципліни студенти опанують ключові знання про функціонування сучасних найбільших медіа світу в контексті професійного, економічного, політичного, культурного дискурсу. Вчать аналізувати міжнародний медіаконтент, основні процеси міжнародного інформаційного обміну, економічні фактори трансформації світової журналістики, роль та місце міжнародних журналістських організацій, інформаційних агенств, медіахолдингів у міжнародному інформаційному просторі. Набувають навичок роботи журналіста-міжнародника, вивчають професійні вимоги до роботи журналіста за кордоном та з міжнародною інформацією.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Поняття про сучасний міжнародний медіадискурс та його особливості. Економічні чинники впливу на світовий медіадискурс. Міжнародні медіахолдинги та міжнародні медіа як ключові учасники медіадискурсу світу. Міжнародні журналістські організації та їх роль у формуванні міжнародного медіадискурсу. Міжнародні інформаційні агенства та їх роль у формуванні міжнародного медіадискурсу. Медіадискурс та міжнародні правові стандарти діяльності журналістів. Етика та етикет в міжнародній журналістиці. Особливості роботи журналіста-міжнародника: професійні вимоги. Робота журналіста-міжнародника в зоні воєнного конфлікту та специфіка створення медіадискурсу.

Тексти в креативних індустріях

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2 мж
Семестр	весняний
Обсяг дисципліни у кредитах	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	Інтернет-сайти, презентації від запрошених експертів-практиків, власні напрацювання, матеріали від професійних спільнот у соцмережах.
Форма проведення занять	лекції, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Ми будемо вивчати найефективніші формули текстів для різних запитів: від неймінгу до довгочитів для медіа.

Увесь курс побудований на практиці і таким чином, аби майже на 100% уникнути використання штучного інтелекту.

Студенти навчатимуться писати навіть без натхнення і без ШІ, адже завдання будуть максимально унікальні.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Ми вивчатимемо базові техніки написання живих та ефективних текстів, а також фокусуватимемося на різних видах текстів та особливостей їх підготовки.

У нас буде багато індивідуальної та групової практики, і ми писатимемо тексти для платформ кафедри журналістики та інших брендів, аби в студентів було більше мотивації писати якісно.

Ми пропрацюємо і створимо кінцеві варіації текстів у різних напрямках креативних індустрій (для зовнішньої реклами, для медіа, соцмереж тощо).

Технології медіавпливу / Media influence technologies

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	3 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська, англійська
Передумови для вивчення дисципліни	вивчення основ журналістики, масової комунікації, теорії і практики журналістики, медіарегулювання
Інформаційне забезпечення	Робоча програма дисципліни, основна та допоміжна література; інформаційні ресурси в мережі інтернет; сайт «Media Vista» (https://mediavista.com.ua/), сайт кафедри журналістики (https://mediadep.uzhnu.edu.ua/); сервіси та послуги «Google», «Microsoft Office» (Word, PowerPoint); платформи для створення презентацій «Prezi», «Canva»; платформи для інтерактиву «Kahoot», «Miro», «Padlet», «Mentimeter» та ін.
Форма проведення занять	лекції, практичні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою курсу є ознайомлення студентів із сучасними механізмами медіавпливу, включно з маніпулятивними технологіями та пропагандою, розвиток навичок критичного аналізу медіаконтенту та комунікаційних кампаній, а також формування здатності етично і безпечно використовувати знання про вплив медіа у професійній діяльності.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Курс досліджує сучасні механізми впливу медіа на громадську думку та поведінку аудиторії, зокрема маніпулятивні технології, пропаганду та інформаційні кампанії у політичному, соціальному та комерційному контекстах. У рамках курсу вивчаються психологічні та соціальні механізми сприйняття інформації, методи маніпуляції та пропаганди у медіа та на цифрових платформах, стратегії створення ефективного медіаконтенту та аналіз комунікаційних кампаній, етичні стандарти журналістики, фактчекінг і протидія дезінформації, а також аналіз сучасних кейсів міжнародних і локальних медіа. Курс поєднує теоретичні знання і практичні завдання для розвитку критичного мислення, оцінки ефективності медіа і безпечного використання технологій впливу.

Фандрайзинг для медіапроектів

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	осінній, весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	вивчення основ журналістики, виробництва цифрового контенту, масової комунікації
Інформаційне забезпечення	Робоча програма дисципліни, основна та допоміжна література; інформаційні ресурси в мережі інтернет; сайт «Media Vista» (https://mediavista.com.ua/), сайт кафедри журналістики (https://mediadep.uzhnu.edu.ua/); сервіси та послуги «Google», «Microsoft Office» (Word, PowerPoint); платформи для створення презентацій «Prezi», «Canva»; платформи для інтерактиву «Kahoot», «Miro», «Padlet», «Mentimeter» та ін.
Форма проведення занять	лекції, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Метою курсу є ознайомлення студентів із принципами та стратегіями залучення фінансових і ресурсних підтримок для медіапроектів, розвиток навичок створення грантових заявок, краудфандингових кампаній та партнерських проектів, а також формування здатності планувати стійке фінансування медіапроектів з урахуванням етичних та професійних стандартів.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Курс знайомить студентів із сучасними підходами до залучення фінансових та ресурсних підтримок для медіапроектів різного масштабу, включно з грантами, донорськими програмами, комерційними партнерами та краудфандинговими платформами. У рамках курсу вивчаються такі теми: стратегії фандрайзингу та планування бюджету, написання грантових заявок і пропозицій, організація краудфандингових кампаній, пітчінг та презентація медіапроектів, цифрові інструменти залучення ресурсів, етичні та правові аспекти фінансування медіа, а також розбір успішних міжнародних та локальних кейсів. Курс поєднує теоретичне вивчення та практичні завдання, спрямовані на розробку ефективних стратегій фінансування та забезпечення стійкості медіапроектів.

Штучний інтелект у роботі журналіста-міжнародника

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	4 мж
Семестр	осінній / весняний
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Інформаційне забезпечення	усі необхідні для вивчення дисципліни матеріали розміщені на сайті dyskurs.info
Форма проведення занять	лекційні, лабораторні заняття
Форма семестрового контролю*	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

У результаті вивчення дисципліни студенти оволодіють знаннями про специфіку застосування систем штучного інтелекту в глобальному медіапросторі. Вони розвинуть уміння використовувати ШІ-інструменти для моніторингу іноземних джерел, автоматизованого перекладу та адаптації контенту, аналізу великих масивів транскордонних даних та верифікації міжнародної дезінформації. Студенти набудуть компетентностей з критичної оцінки ШІ-генерованого контенту в різних культурних контекстах, розуміння глобальних етичних стандартів використання ШІ та правових особливостей його регулювання в ЄС, США та інших країнах.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Курс спрямований на вивчення інструментарію штучного інтелекту крізь призму потреб міжнародної журналістики. Студенти ознайомляться з технологіями машинного перекладу та багатомовної обробки природної мови (NLP) для роботи з іншомовними джерелами. Програма охоплює використання ШІ для OSINT-розслідувань, аналізу геополітичних трендів та виявлення дипфейків. Практична складова фокусується на автоматизації створення контенту для різномовної аудиторії, роботі з глобальними базами даних та персоналізації новинних стрічок. Окрема увага приділятиметься етичним викликам і дотриманню авторських прав згідно з європейським законодавством (AI Act).