**Силабус навчальної дисципліни**

 **«Журналістські професії»**



 Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

 Спеціальність «Журналістика»

 Освітня програма 061 «Журналістика»

 Рік навчання: І, семестр 2

 Форма навчання: заочна

 Кількість кредитів ЄКТС: 5

 Мова викладання: українська

 Лектор: канд. н. з соц. ком., доц. Мудра Ірина Миколаївна

 Контактна інформація лектора: iryna.m.mudra@lpnu.ua

 Сторінка курсу у ВНС: <https://vns.lpnu.ua/course/view.php?id=3289>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

 Мета вивчення дисципліни - “Журналістьскі професії” передбачає формування у студентів знання про те, які творчі працівники працюють у редакціях ЗМІ та яким чином змінюється і трансформується професія журналіста.

 Під час вивчення курсу студенти ознайомляться зі структурою ЗМІ; розглянуть різні творчі професії у редакціях; простежать яким чином трансформувалися обов’язки журналістів у редакціях ЗМІ; застосовувати вивчений матеріал для вирішення практичних питань; правильно оцінювати особливості діяльності ЗМІ.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні: знати, які творчі професії є у редакціях ЗМІ; розуміти обов’язки, які має працівник редакції; орієнтуватися в застосовувати вивчений матеріал для вирішення практичних питань; правильно оцінювати особливості діяльності ЗМІ.

 Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів освіти компетентностей:

* *Інтегральна:* Здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціальнокомунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов. Зокрема, вміти самостійно добрати матеріали, необхідні для створення журналістського твору, організувати та підготувати інтерв'ю; використовувати необхідні довідкові знання для практичної підготовки матеріалу; вміти перевіряти матеріали ЗМІ на правдивість та спростовувати фейкову інформацію.
* *Загальні компетентності:*

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

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

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

* *Спеціальні компетентності:*

СК 01 Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності;

СК 02 Здатність формувати інформаційний контент

СК 03 Здатність створювати медіапродукт.

*Програмні результати навчання:*

ПРН1. Здійснювати пошук, опрацювання та аналіз професійно важливих знань із різних джерел із використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

ПРН3. Узагальнювати емпіричні дані та формулювати теоретичні висновки.

ПРН4.Доступно і аргументовано представляти результати досліджень у писемній та усній формах, брати участь у фахових дискусіях.

ПРН5. Оцінювати ступінь складності завдань діяльності та приймати рішення про звернення за допомогою або підвищення кваліфікації.

**Структура курсу**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид заняття** | **Кількість годин, денна форма** | **Кількість годин, заочна форма** |
| Лекції | 0 | 2 |
| Практичні заняття | 0 | 4 |

**Теми лекційних та практичних занять**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Тема лекційного заняття** | **Кількість годин,** **ДФ (денна форма),** **ЗФ (заочна форма)** | **Тема практичного заняття** | **Кількість годин,** **ДФ (денна форма),** **ЗФ (заочна форма)** |
| 1. | Вступ. Поняття професія. Структура редакції. Вимоги до працівників ЗМІ.  | **ДФ 0****ЗФ 0** | Вступ до предмету. | **ДФ 0****ЗФ 0** |
| 2. | Історія виникнення професій у ЗМІ. Історія виникнення газет і журналів. Розвиток радіо. Історія телебачення. Виникнення та розвиток Інтернет-ЗМІ. | **ДФ 0****ЗФ 0** | Історія виникнення професій у ЗМІ | **ДФ 0****ЗФ 0** |
| 3. | Журналістські професії в друкованих ЗМІ. Кореспондент. Оглядач. Публіцист. Колумніст. | **ДФ 0****ЗФ 0** | Журналістські професії в друкованих ЗМІ. | **ДФ 0****ЗФ 0** |
| 4. | Творчі професії на радіо. Ведучий на радіо. Автор радіопрограми. Діджей. Випусковий редактор на радіо. | **ДФ 0****ЗФ 0** |  Творчі професії на радіо. | **ДФ 0****ЗФ 0** |
| 5. | Журналістські професії на телебачення. Редактор. Диктор. Сценарист. Продюсер. Режисер. | **ДФ 0****ЗФ 0** | Журналістські професії на телебачення | **ДФ 0****ЗФ 0** |
| 6. | Журналісти у редакціях Інтернет-ЗМІ. Копірайтер і рерайтер. Відеооглядач. Контент-редактор. SMM-менеджер. | **ДФ 0****ЗФ 0** | Журналісти у редакціях Інтернет-ЗМІ | **ДФ 0****ЗФ 2** |
| 7. | Нові професії у редакціях ЗМІ**. Блогери.** Редактор мультимедійного контенту. Редактор сформованого читачем контенту (модератора читацького контенту). Інженери спільнот | **ДФ 0****ЗФ 2** | Нові професії у редакціях ЗМІ. | **ДФ 0****ЗФ 2** |
| 8. | Перспективи розвитку журналістських професій. Майбутнє журналістики і розвиток професії. Підсумок.  | **ДФ 0****ЗФ 0** |  | **ДФ 0****ЗФ 0** |
|  | **Всього (год.)** | **ДФ 0** **ЗФ 2** |  | **ДФ 0** **ЗФ 4** |

**Критерії оцінювання результатів навчання студентів денної форми навчання**

|  |
| --- |
| **Розподіл балів у 100-бальній шкалі** |
| **Вид заняття** | **Разом за****дисципліну** |

|  |  |
| --- | --- |
| Практичні заняття (7 занять по 5 балів) – 35 Виконання контрольних (самостійних) робіт – 5Тестовий (заліковий) контроль – 60 | 100 |

**Критерії оцінювання результатів навчання студентів заочної форми навчання**

|  |
| --- |
| **Розподіл балів у 100-бальній шкалі** |
| **Поточний контроль (ПК)** | **Разом за****дисципліну** |

|  |  |
| --- | --- |
| Практичні заняття –10 Написані матеріали – 20Контрольна робота - 10 Залік – 60 | 100 |

*Роз’яснення критеріїв оцінювання*

У залежності від складності та рівня виконання завдання студент під час практичного заняття може отримати від 1 до 5 балів.

* 1-2 бали виставляється за усну відповідь, яка відповідає теоретичному матеріалу, поданому на лекційному заняття.
* 3 бали студент отримує за усну відповідь, яка включає інформацію отриману студентом крім лекцій також внаслідок опрацювання додаткової літератури.
* 4-5 балів передбачають доповнення усної відповіді презентацією або виконання творчого завдання, зокрема: написання маркетингового плану, аналізу ринку ЗМІ, дослідження аудиторії конкретного ЗМІ.

Контрольне завдання передбачає детальне представлення аналізу обраної професії в ЗМІ і оцінюється максимально в 10 балів. Під час *дистанційного* навчання вимоги до відповідей та розподіл балів відповідає такому ж, що й під час офлайн навчання.

Для студентів *заочної* форми навчання передбачені додаткові види контрольних робіт для самостійної роботи:

* Аналіз і порівняння обов’язків журналіста на початку 20 століття та 21 століття (максимально - 10 балів);
* Сформування конкретних навиків, які потрібно для роботи у редакції обраного ЗМІ (максимально - 10 балів).

 Студенти *денної* форми навчання можуть виконати зазначені вище завдання як відпрацювання у разі відсутності їх на практичному занятті з поважної причини (хвороба, міжнародне стажування, участь у конференції тощо).

*Визнання результатів неформальної та інформальної освіти*

Визнання результатів навчання, здобутих в межах неформальної чи інформальної освіти регулюється відповідним Порядком, затвердженим в Національному університеті «Львівська політехніка» 03.01.2020р. (<https://lpnu.ua/sites/default/files/2020/pages/2139/poryadok-viznannya-rezultativ-navchannya.pdf>), надалі – Порядок.

 Політика щодо дотримання принципів *академічної доброчесності*: списування та використання мобільних пристроїв під час письмових опитувань, екзамену заборонені. Контрольні роботи, есе повинні бути унікальними та мати коректні текстові посилання на використану літературу.

**Рекомендована література**

1. Мудра І.М. Менеджмент і маркетинг ЗМІ: навч. пос. Львів, 2017, 212 с.

2. Мудра І.М. Класифікація журналістських блогів. Вісник національного університету "Львівська політехніка". Серія. Журналістьскі науки, 2019, 1 (3), с. 76-80.

3. Мудра І.М. Відділ маркетингу у структурі редакції газети. Діалоги медіа студій, 2013,

4. Мудра І.М. Маркетингові стратегії сучасних громадсько-політичних газет України: монографія. Львів, 2014, с. 186.

5. Мудра І.М. Нейромаркетинг – теорія і особливості застосування редакціями друкованих газет. Поліграфія і видавнича справа, 2018, Ви. 1(75), с. 139-146.

6. Осавська Г.В., Осавська О. А. Менеджмент організацій: навч. посіб. − К.: Кондор, 2007

7. Охріменко А. Г. Основи менеджменту: навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006.

8. Скібіцька Л.І., Скібіцький О.М. Менеджмент: навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007.

9. Стадник В. В., Йохна М. А. Менеджмент: підручник. – К.: Академвидав, 2007.

10. Стеченко А. Д., Дука А. П. Словник-довідник з менеджменту. – К.: Федерація профспілок України. Інститут туризму, 1999.

11. Тарнавська Н. П., Пушкар Р. М. Менеджмент: теорія і практика: підручник / Тернопільська академія народного господарства. – Тернопіль: Карт-бланш, 2003.

12. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник. – К.: Академвидав, 2007.

13. Яцура В. В., Жук О. П. Менеджмент: навч. посібник. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2008.

14. Мороз Л.А., Чухрай Н. І. Маркетинг: навч. посібник. – Львів: Інф. видавн. Центр «Інтелект» Державного університету «Львівська політехніка», 1999.

15. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. – К.: Лібра, 2006.

16. Бутенко Н. В. Маркетинг: підручник. – К.: Атіка, 2008.

17. Бородкіна Н. О. Маркетинг: навч. посібник. – К.: Кондор, 2007.

18. Луцій О. П. Основи маркетингу. – К., 1998.

19. Котляр Ф. Маркетинг. Менеджмент /Пер. с анг; Под ред. Волковой Л.А., Коптуневского Ю.Н. − СПб: Питер, 2002. − 752 с.