



Київський національний університет культури і мистецтв



КАФЕДРА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ І ЖУРНАЛІСТИКИ

Силабус освітньої компоненти

Назва компоненти: **Креативні технології в медіасфері**

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Сторінка компоненти в Moodle:

<https://elearn.knukim.edu.ua/course/view.php?id=3243>

Сторінка компоненти в електронній бібліотеці:

<http://91.217.179.134:9100/libr/DocSearchForm>

Викладач: **Лисинюк Марина Віталіївна**, доктор філософії, доцент

Опис освітньої компоненти

Освітня компонента «Креативні технології в медіасфері» є вибірковою освітньою компонентою навчального плану, що сприяє засвоєнню теоретичних знань, формує розуміння процесу створення креативних технологій, дає можливість оволодіти спеціальними професійними знаннями та вміннями креативного мислення та технологічної діяльності у майбутній професії. Допомогає усвідомити значення та актуальність створення креативного продукту у медіасфері – діяльності фахівців засобів масової інформації.

Передумови вивчення освітньої компоненти: «Основи зв'язків з громадськістю та реклами», «Основи журналістики».

Тематичний план освітньої компоненти

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ КРЕАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МЕДІАСФЕРІ

- 1.1. Предмет та понятійний апарат курсу «Креативні технології в медіасфері»
- 1.2. Контент креативних технологій
- 1.3. Типи креативного мислення
- 1.4. Суть і зміст творчого процесу в ЗМІ
- 1.5. Техніки креативності
- 1.6. Креативний менеджмент
- 1.7. Комунікації креативних технологій
- 1.8. Основні формати взаємодії ЗМІ зі споживачем

1.9. Логіка створення власного проєкту. Розробка нових креативних продуктів, послуг

Технічне і програмне забезпечення

Ноутбук або персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для: комунікації та опитувань, виконання домашніх завдань, виконання завдань самостійної роботи; проходження тестування (поточний, рубіжний, підсумковий контроль).

Програмне забезпечення для роботи з освітнім контентом компоненти та виконання передбачених видів освітньої діяльності: стандартні офісні програми (Word, Excel, PowerPoint).

Рекомендовані джерела інформації

Публікації науково-педагогічного працівника за темою освітньої компоненти

1. Oleshko P., Lysyniuk M., Boiko O., Lisitsin V., Paskalova M., Oksenchuk T. Features of formation of values and motives of applicants for higher education. *Journal of management Information and Decision Sciences*. 2021. Vol. 24 (2). PP. 1–9.
2. Mazaraki A., Tarasiuk M., Solonenko Yu., Galenko O., Lysyniuk M., Fayvishenko D. Strategic Brand Management in the Market. *Sstudies of Applied Economics*. 2021. Vol. 39, No. 5.
3. Osaula V., Parfeniuk I., Lysyniuk M., Haludzina-Horobets V., Shyber O., Levchenko O. Digitization Of Education: Current Challenges Of Education. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. Vol. 21, No. 11. PP. 368–372.
4. Лисинюк М. В. Медіакультура: сутнісні особливості і функції. *Питання культурології* : зб. наук. пр. 2020. Вип. 36. С. 38–48.
5. Лисинюк М. В. Мова ЗМІ як показник мовної культури сучасного суспільства. *Культура і сучасність* : альманах. Вип. № 2. 2020. С. 33–38.
6. Лисинюк М. В. Мова як форма буття української культури. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журн. 2020. № 4. С. 21–26.
7. Лисинюк М. В. Мова інтернет-ЗМІ: лінгвокультурологічний аспект. *Культура України* : зб. наук. пр. 2020. Вип. 70. С. 47–54.
8. Ulianova K., Kovalova T., Mostipan T., Lysyniuk M., Parfeniuk I.. Application Of Information Technologies In Network Mass Communication Media. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, 2021. Vol. 21, No. 12. PP. 344–348.

Основна література

1. Вікрі К. Нетворгкінг для інтровертів. Поради комфортної та ефективної комунікації / пер. з англ. К. Чучко. Харків : Віват, 2020. 224 с.

2. Городенко Л. Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси : монографія. Київ : Акад. Укр. Преси, 2010. 172 с.
3. Міхалко М. 21 спосіб мислити креативно / пер. з англ. Т. Бойка. Харків : Клуб Сімейного дозвілля, 2019. 400 с.
4. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг : навч. посіб. для студентів ВНЗ. Київ : Центр учб. літ., 2012. 383 с.
5. Поплавський М. М. Азбука паблік рілейшнз : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. Київ, 2007. 283 с.
6. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: шляхи роздержавлення української преси / В. Іванов та ін. ; за ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП : АУП, 2008. 300 с.

Допоміжна література

1. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник для студентів вищ. навч. закл. 3-тє вид., допов. і перероб. Київ : Києво-Могилян. Акад., 2009. 831 с.
2. Лисинюк М. В. Медіакультура: сутнісні особливості і функції. *Питання культурології* : зб. наук. пр. 2020. Вип. 36. С. 38–48.
3. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : Київ. ун-т, 1999. 308 с.
4. Ситник О. В. Дослідження уявлень студентів про професійно важливі особистісні характеристики журналіста в аспекті підвищення якості журналістської освіти. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 3 (43). С. 107–112.
5. Федоренко В. Г. Менеджмент : підручник. 3-тє вид., перероб. і допов. Київ : Алерта, 2015. 492 с.
6. Ферацці К. Ваш надійний тил. Як налагодити зв'язки, що приведуть до успіху / пер. з англ. Д. Кушніра. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 288 с.
7. Deirdre K. B. Social Media and Public Relations: Eight New Practices for the PR Professional. USA : Pearson FT Press, 2012. 176 p.
8. Digital media: становлення новітньої комунікації : колект. монографія / за ред. М. М. Поплавського, Л. О. Кочубей. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2020. 244 с.
9. Mazaraki A., Tarasiuk M., Solonenko Yu., Galenko O., Lysyniuk M., Fayvishenko D.. Strategic Brand Management in the Market. *Sstudies of Applied Economics*. 2021. Vol. 39, No. 5.
10. Scott D. M. The New Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly. Wiley, 2013. 464 p.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. The Creativity Post – шерингова платформа креативного контенту і рішень: веб-сайт. URL: <https://www.creativitypost.com/> (дата звернення: 10.08.2021).

2. Захарченко А. Інтернет-медіа : навч. посіб. для курсу «Підтримка сайту» : Тернопіль : Крок, 2014. 198 с. URL: <https://www.dropbox.com/s/53nahqrzhumqln4/Internet-media.pdf?dl=0> (дата звернення: 12.08.2020).
3. Малінін В. С. Монополізація та концентрація ЗМІ : веб-сайт. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1390> (дата звернення: 22.03.2021).
4. Business 2 Community – портал розвитку персональної креативності у бізнесі : веб-сайт. URL: <https://www.business2community.com/> (дата звернення: 10.08.2021).
5. Creativity for life – креативні рішення в повсякденному житті та обіході : веб-сайт. URL: <https://www.fabercastell.com/blogs/creativity-for-life> (дата звернення: 10.08.2021).

Політика вивчення освітньої компоненти

Освітня компонента «Креативні технології в медіасфері» передбачає роботу в колективі.

Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в дистанційному (онлайн) режимі за погодженням із керівником курсу, з презентуванням виконаних завдань під час консультації викладача.

Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

Ліквідація заборгованості відбувається протягом 1 тижня після встановленого терміну. Завдання, які не виконані у встановлений термін, оцінюються викладачем в межах 50% звичайної оцінки.

Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації здобувач вищої освіти повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання.

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 30%.

У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати завдання.

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування.

Силабус затверджено
на засіданні кафедри зв'язків
з громадськістю і журналістики
від 24 червня 2022 р.,
протокол № 14