**(Ф 21.01 - 03)**

|  |  |
| --- | --- |
| 04_b | **Силлабус навчальної дисципліни****«Нові медіа»****Освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю»****Галузь знань: 06 «Журналістика»****Спеціальність: 061 «Журналістика»** |
| **Рівень вищої освіти** | Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти |
| **Статус дисципліни** | Навчальна дисципліна вибіркового компонента із загальноуніверситетського переліку |
| **Семестр** | 8 (восьмий) |
| **Обсяг дисципліни,** **кредити ЄКТС/години** | 4 кредити / 120 годин |
| **Мова викладання** | українська |
| **Що буде вивчатися (предмет вивчення)** | Теоретичні та прикладні аспекти нових медіа; їх вплив на суспільні комунікації, медіа, політику, державні установи;  історія та філософія інтернету; технології та практики роботи в медійному просторі в умовах конвергенції; основні комунікаційні практики соціальних мереж, інтенету, блогосфери; технології роботи з аудиторією в соціальних мережах, їх застосування у практичній діяльності спеціаліста з реклами та зв’язків з громадськістю. |
| **Чому це цікаво/треба вивчати (мета)** | Навчальна дисципліна спрямована на формування уявлення про нові медіа, технології використання в рекламі та піарі. Вивчення сучасних тенденцій трансформації та розвитку нових медіа, використання конвергентних практик, штучного інтелекту та транспсихологічних можливостей для впливу на суспільство. Вивчення технологій інформаційного протиборства в інтернеті, створення та розповсюдження дипфейків. Освоєння практик роботи з інформацією в сучасному світі, впливу на суспільну думку.  |
| **Чому можна навчитися (результати навчання)** | * розуміти що таке «нові медіа», як вони працюють;
* визначати ключові поняття, можливості, ресурси нових медіа;
* ідентифікувати типи та види публікацій в нових медіа;
* знати ефективні технології та моделі роботи в інтернеті;
* знати вимоги безпечної роботи в нових медіа;
* працювати з базовими аналітичними технологіями в інтернеті;
* розуміти специфіку підготовки публікацій в нових медіа:
* специфіку створення візуального контенту для мультимедійних платформ;
* етичні принципи діяльності в нових медіа;
* правові аспекти роботи в нових медіа.
 |
| **Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)** | У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних компетентностей:* Здатність використання соціальних мереж в рекламі та піарі;
* Здатність вивчати та аналізувати інформацію;
* Здатність визначати інструменти роботи із цільовими аудиторіями;
* Здатність використовувати джерела інформації та розпізнавати фейки;
* Здатність візуалізувати інформацію та підбирати ефективні інструменти для роботи в нових медіа;
* Визначати способи впливу на громадську думку, аналізувати маркетингову інформацію засобами інтернету.
 |
| **Навчальна логістика** | Історія створення та розвитку інтернету. Можливості інтернету для пошуку та просування інформації, реклами та зв’язків із громадськістю. Психологічні аспекти діяльності в цифровому світі. Що таке віртуальна особистість. Як інтернет впливає на структуру та формування особистості. Психологічний портрет користувача соціальних мереж. Цифрова гігієна та медіаграмотність. Нові медіа: загальна характеристика можливостей, зв'язок із іншими системами та поширення інформації, технічні параметри. Пошукові системи. Технології ефективного пошуку інформації в інтернеті. Особливості роботи в різних пошукових системах. Як знайти інформацію в електронних бібліотеках та енциклопедіях. Технічні та технологічні принципи роботи WWW. Дизайн сайту. Сервіси сайту. Яким має бути ефективний сайт для потреб просування, реклами та зв’язків із громадськістю. Блогосфера як поле діяльності рекламіста та PR-фахівця. Вивчення споживчих трендів та ринків через нові медіа. Сервіси найбільших пошукових систем для потреб маркетингу. Брендинг, пабліситі та «вірусні» інформаційні кампанії в інтернеті.**Види занять:** інтерактивні лекції, практичні заняття, самостійна робота.**Методи навчання:** кейс-стаді,соціально-психологічні тренінги,ділові ігри, розробка стратегій, презентацій.**Форми навчання:** денна  |
| **Пререквізити** | Загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти з політології, філософії, соціології вивченні дисциплін «Медіапсихологія», «Медіафілософія», «Комунікативістика», «Соціальні комунікації».  |
| **Пореквізити** | Знання з дисципліни «Нові медіа» можуть бути використані при написанні кваліфікаційної роботи, у практичній діяльності та стати допоміжною при вивчені дисциплін «Паблік рілейшнз», «Соціологія масових комунікацій», «Методика роботи прессекретаря», «Політичний піар», «Реклама та піар у державному управлінні». |
| **Інформаційне забезпечення****з репозитарію та фонду НТБ НАУ** | **Науково-технічна бібліотека НАУ:**1. Айзексон Волтер. Інноватори. Як група хакерів, геніїв та гіків здійснила цифровую революцію / Волтер Айзексон; пер. з англ. Дмитра Гломозди. – К.: Наш формат, 2017. – 488 с.
2. Девтеров І.В. Людина і суспільство у кіберпросторі: автореферат дисертації на здобуття наук. ступ. д. філософ. н.; 09.00.03/ МОН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. – Київ , 2012. – 35 с.
3. Ороховська Л.А. Рецепція ролі мас-медіа в житті суспільства в соціально-філософських та культурологічних теоріях ХХ ст. – 2018.
4. Підручник з крос-медіа/ Видавці І.Крессу, М. Гузун, Л.Василик. – Bonn/Germany – Sibiu/Romania: Schiller Publishing House, 2015. –URL: https://bit.ly/33RFwo8
5. Сенчило Н.О. Повідомлення про міграцію та переселенців у інтернет-ЗМІ: особливості мас-медійного дискурсу. – 2018.
6. Шевченко В. Мультимедійний контент: навч. посіб. / В. Шевченко. – К.: ВПЦ «Київсь­кий університет», 2017. – 239 с.
7. Bielska T. V., Lashkina M. H., Yurii Nesteriak Information policy and information security of the state as psychical and social phenomenon: problems and prospects, Public management : collection. — № 2 (22). — March 2020. — Kyiv : Interregional Academy of Personnel Management, 2020. — P.116-129 doi: <https://bit.ly/3amuunY>
8. Tetyana V. Novachenko, Tetiana V. Bielska, Eduard A. Afonin, Mariia H. Lashkina, Oksana M. Kozhemiakina, Nataliya P. Diachenko.Use of Information Technology to Increase Economic Efficiency and Credibility in Public Administration in the Context of Digitization. *International Journal of Economics and Business Administration Volume VIII, Issue 1, 2020pp. P. 327-339.* <https://www.ijeba.com/journal/431>
9. Stephen A. RainsKate Kenski. Incivility and Political Identity on the Internet:Intergroup Factors as Predictors of Incivility inDiscussions of News Online / Stephen A. RainsKate Kenski, Kevin Coe, Jak Harwood //Journal of Computer-Mediated Communication22(2017) 163–178 © 2017 International Communication Association. – URL : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jcc4.12191>
10. Tamar Ashuri. Watching Me Watching You: How Observational Learning Affects Self-disclosure on Social Network Sites? / Tamar Ashuri, Ramat Aviv, Ramat Aviv // Journal of Computer-Mediated Communication 23 (2018) 34–68 © 2018 International Communication Association. URL: <https://academic.oup.com/jcmc/article/23/1/34/4832997>

**Репозитарій НАУ:**<https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/16348> |
| **Локація та матеріально-технічне забезпечення** | Аудиторний фонд Факультету міжнародних відносин (7 корпус), навчальні аудиторії Кафедри реклами і зв’язків з громадськістю. |
| **Семестровий контроль, екзаменаційна методика** | Залік, тест |
| **Кафедра** | Кафедра реклами і зв’язків з громадськістю |
| **Факультет** | Факультет міжнародних відносин |
| **Викладач(і)** |  **Посада:** доцент кафедри реклами і зв’язків з громадськістю**Науковий ступінь:** кандидат наук з державного управління**Освіта:**вища**Спеціальність:** педагогіка, практична психологія, державне управління**Кваліфікація*:*** викладач, практичний психолог, магістр державного управління<https://bit.ly/3eihUZg> <http://www.lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=11764> <https://scholar.google.com/citations?user=tHDaQT8AAAAJ&hl=ru>**Тел.: (**044) 406-68-09**E-mail:** mariia.lashkina@npp.nau.edu.ua**Робоче місце:** 7.217 |
| **Оригінальність навчальної дисципліни** | Авторська розробка |
| **Лінк на дисципліну** | Дисципліна нова, ще не викладалась на кафедрі реклами і зв’язків з громадськістю. |

Розробник Лашкіна М.Г.