

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
----------------------------	--	--

ЗАТВЕРДЖЕНО

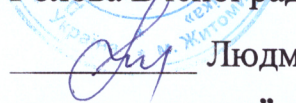
Вченою радою

факультету педагогічних технологій

та освіти впродовж життя

26 серпня 2025 р., протокол № 7

Голова Вченої ради



Людмила МОГЕЛЬНИЦЬКА

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Основи журналістської та рекламної діяльності»

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр»

спеціальності С7 «Журналістика»

освітньо-професійна програма «Журналістика, реклама та цифрові медіа»

факультет педагогічних технологій та освіти впродовж життя

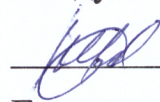
кафедра журналістики та філософських студій

Схвалено на засіданні кафедри

журналістики та філософських студій

25 серпня 2025 р., протокол № 7

Завідувач кафедри



Вадим СЛЮСАР

Гарант освітньо-професійної програми



Леся ЗАЙКО

Розробники: завідувач кафедри журналістики та філософських студій,
д. філос. н., доц. Вадим СЛЮСАР, асистент кафедри міжнародних відносин
та політичного менеджменту Микола СЛЮСАР

Житомир

2025 – 2026 н.р.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
----------------------------	--	--

Робоча програма навчальної дисципліни «Основи журналістської та рекламної діяльності» для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності С7 «Журналістика» освітньо-професійна програма «Журналістика, реклама та цифрові медіа» затверджена Вченою радою факультету педагогічних технологій та освіти впродовж життя від 26 серпня 2025 р., протокол № 7.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
-------------------------	--	--

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		денна форма здобуття вищої освіти
Кількість кредитів – 6	Галузь знань С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»	нормативна
Модулів – 1	Спеціальність С7 «Журналістика»	Рік підготовки: 1-й
Змістових модулів – 3		Семестр 1-й
Загальна кількість годин – 180		
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 7 самостійної роботи – 4	Освітній ступінь: «бакалавр»	Лекції 32 год.
		Практичні 48 год.
		Лабораторні 32 год.
		Самостійна робота 68 год.
		Вид контролю: екзамен

Частка аудиторних занять і частка самостійної та індивідуальної роботи у загальному обсязі годин з навчальної дисципліни становить: для денної форми здобуття вищої освіти – 62 % аудиторних занять, 38 % самостійної та індивідуальної роботи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
-------------------------	--	--

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни є формування у здобувачів вищої освіти базових теоретичних знань і практичних навичок журналістської та рекламної діяльності, здатності створювати інформаційний контент і медіапродукт, у тому числі рекламний, з урахуванням професійних стандартів, етичних і правових норм.

Предметом дисципліни є засади журналістської та рекламної діяльності: природа й функції журналістики як соціального інституту, технологія роботи з інформацією, жанри журналістики, а також сутність, види й технологія створення реклами.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- ознайомлення з журналістикою як соціальним інститутом, фахом і системою масово-інформаційної діяльності;
- формування навичок збору, перевірки та опрацювання інформації з дотриманням професійних стандартів;
- опанування технології створення журналістських матеріалів основних жанрів (новина, репортаж, інтерв'ю);
- формування уявлень про рекламу як вид соціальної комунікації, її види, засоби та технологію створення;
- розвиток умінь розробляти рекламне звернення й планувати рекламну кампанію з урахуванням правових та етичних норм.

Зміст навчальної дисципліни направлений на формування наступних компетентностей, визначених стандартом вищої освіти зі спеціальності 061 «Журналістика», освітньо-професійна програма «Журналістика, реклама та цифрові медіа»:

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.

ЗК07. Здатність працювати в команді.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.

ЗК13. Здатність до абстрактного мислення, аналізу і синтезу.

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

СК07. Здатність розробляти рекламні кампанії (за видами) та формувати й координувати рекламні комунікації у відповідності до поставлених задач.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
-------------------------	--	--

СК08. Здатність організовувати роботу з розробки та виготовлення рекламної продукції, а також контролю її відповідності нормам законодавства та суспільної моралі.

Отримані знання з навчальної дисципліни стануть складовими наступних програмних результатів навчання:

ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції.

ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних та обов'язкових джерел інформації.

ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення.

ПР19. Здійснювати медіаменеджмент, у т.ч. у сфері реклами.

ПР20. Формувати інформаційний продукт для використання в рекламній діяльності.

ПР23. Застосовувати професійні стандарти журналістики у процесі збору, перевірки та поширення інформації.

Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти зможуть отримати наступні Soft skills:

- комунікативні навички: вести бесіду, інтерв'ю та дискусію; працювати в команді редакції;
- гнучкість і адаптивність: робота в умовах дедлайнів, оперативне реагування на зміну ситуації;
- особисті якості: креативне й критичне мислення, увага до деталей, відповідальність та доброчесність.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
-------------------------	--	--

3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1

Змістовний модуль 1. Журналістика як соціальний інститут і фах

Тема 1. Журналістика як соціальний інститут і професія (ЗК01, ЗК02, ЗК11, СК01, ПР01, ПР09)

1. Журналістика як суспільне явище та соціальний інститут. Функції журналістики в демократичному суспільстві.
2. Журналістика як система масово-інформаційної діяльності. Преса, радіо, телебачення, інтернет-медіа як підсистеми.
3. Журналістика як фах і професія: професіограма журналіста, кваліфікаційні вимоги, рольовий репертуар.
4. Свобода слова та соціальна відповідальність журналіста. Місце журналіста в системі соціальних комунікацій.

Тема 2. Види діяльності журналіста (ЗК01, ЗК02, ЗК07, СК01, СК04, ПР01, ПР06, ПР07)

1. Авторська, редакторська та організаторська діяльність журналіста.
2. Редакція як творчий колектив: структура, розподіл обов'язків, посади.
3. Етапи створення медіапродукту: задум, збір матеріалу, написання, редагування, оприлюднення.
4. Командна робота та координація завдань у редакції.

Тема 3. Робота журналіста з інформацією (ЗК04, ЗК05, ЗК13, СК01, СК02, ПР04, ПР05, ПР14, ПР23)

1. Поняття інформації в журналістиці. Види та властивості інформації.
2. Джерела інформації: відкриті, закриті, офіційні, неофіційні. Робота з джерелами.
3. Методи збору інформації: спостереження, опрацювання документів, опитування, експеримент.
4. Перевірка інформації та фактчекінг. Професійні стандарти достовірності, точності, балансу думок.

Тема 4. Теорії масових комунікацій (ЗК02, ЗК08, ЗК13, СК01, ПР01, ПР13)

1. Поняття масової комунікації. Моделі комунікації (Г. Лассвелла, К. Шеннона – В. Вівера та ін.).
2. Теорії впливу медіа: «магічної кулі», обмежених ефектів, порядку денного (agenda-setting), культивуації.
3. Теорії «використання й задоволення», «спіралі мовчання», «прив'язників» (gatekeeping).
4. Аудиторія масової комунікації: типологія, потреби, зворотний зв'язок.

Змістовний модуль 2. Технологія створення журналістського медіапродукту

Тема 5. Новина як базовий жанр журналістики (ЗК01, ЗК02, СК02, СК03, ПР02, ПР14, ПР15)

1. Поняття новини. Критерії новинної вартості (newsworthiness).

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
-------------------------	--	--

2. Структура новинного повідомлення: «перевернута піраміда», лід, бекграунд.
3. Правило 5W+H. Заголовок та підзаголовок новини.
4. Стандарти новинної журналістики: оперативність, точність, неупередженість.

Тема 6. Техніка журналістського письма (ЗК11, ЗК13, СК02, СК03, ПР11, ПР15)

1. Мова й стиль журналістського тексту. Вимоги до тексту: ясність, лаконічність, виразність.
2. Композиція матеріалу. Типові помилки та способи їх уникнення.
3. Робота над текстом: редагування, скорочення, перевірка.
4. Адаптація тексту до каналу поширення (друк, онлайн, соцмережі).

Тема 7. Репортаж (ЗК01, ЗК04, СК02, СК03, ПР02, ПР15, ПР17)

1. Репортаж як жанр: ознаки, різновиди (подієвий, проблемний, пізнавальний).
2. Ефект присутності та авторське «я» в репортажі.
3. Технологія підготовки репортажу: збір деталей, спостереження, фіксація.
4. Мультимедійний репортаж: поєднання тексту, фото, відео.

Тема 8. Інтерв'ю (ЗК07, ЗК11, СК02, СК03, ПР02, ПР14, ПР15)

1. Інтерв'ю як метод збору інформації та як жанр. Типи інтерв'ю.
2. Підготовка до інтерв'ю: вивчення теми, складання запитань, домовленість.
3. Техніка ведення розмови: типи запитань, активне слухання, робота зі складним співрозмовником.
4. Опрацювання та оформлення матеріалу інтерв'ю.

Змістовний модуль 3. Основи рекламної діяльності

Тема 9. Реклама як вид соціальної комунікації (ЗК02, ЗК05, СК01, СК07, ПР19, ПР20)

1. Поняття та сутність реклами. Реклама в системі маркетингових і соціальних комунікацій.
2. Функції реклами: інформаційна, економічна, соціальна, естетична.
3. Історичний розвиток реклами та її місце в сучасній медіасфері.
4. Співвідношення реклами, PR і журналістики. Поняття джинси та прихованої реклами.

Тема 10. Види та засоби розповсюдження реклами (ЗК02, ЗК05, СК03, СК07, СК08, ПР20, ПР21)

1. Класифікація реклами: за цілями, об'єктом, аудиторією, каналами.
2. Засоби реклами: друкована, теле- та радіореклама, зовнішня, інтернет-реклама.
3. Цифрова та таргетована реклама. Реклама в соціальних мережах.
4. Носії та формати реклами: переваги й обмеження кожного каналу.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
----------------------------	--	--

Тема 11. Рекламне звернення: технологія створення (ЗК01, ЗК05, СК02, СК03, СК07, ПР15, ПР20)

1. Структура рекламного звернення: слоган, заголовок, основний текст, ехо-фраза.
2. Креативні стратегії та рекламна ідея. Унікальна торговельна пропозиція (УТП).
3. Текстові та візуальні засоби впливу. Психологія сприйняття реклами.
4. Копірайтинг: створення рекламних текстів для різних каналів.

Тема 12. Рекламна кампанія. Правове та етичне регулювання реклами (ЗК07, СК04, СК07, СК08, ПР16, ПР19, ПР22)

1. Поняття рекламної кампанії. Етапи планування та проведення.
2. Медіапланування: вибір каналів, бюджет, графік, оцінювання ефективності.
3. Закон України «Про рекламу». Обмеження та вимоги до реклами.
4. Етика реклами. Соціальна відповідальність та саморегулювання рекламної діяльності.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
-------------------------	--	--

4. Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Змістові модулі і теми	усього	лекції	практичні	лабораторні	самостійна робота
Модуль 1					
Змістовний модуль 1. Журналістика як соціальний інститут і фах					
Тема 1. Журналістика як соціальний інститут і професія	16	4	4	2	6
Тема 2. Види діяльності журналіста	14	2	4	2	6
Тема 3. Робота журналіста з інформацією	16	2	4	4	6
Тема 4. Теорії масових комунікацій	13	4	3	2	4
Модульний контроль 1	1	—	1	—	—
Разом за змістовий модуль 1	60	12	16	10	22
Змістовний модуль 2. Технологія створення журналістського медіапродукту					
Тема 5. Новина як базовий жанр журналістики	16	2	4	4	6
Тема 6. Техніка журналістського письма	16	2	4	4	6
Тема 7. Репортаж	14	2	4	2	6
Тема 8. Інтерв'ю	13	2	3	4	4
Модульний контроль 2	1	—	1	—	—
Разом за змістовий модуль 2	60	8	16	14	22
Змістовний модуль 3. Основи рекламної діяльності					
Тема 9. Реклама як вид соціальної комунікації	14	4	4	—	6
Тема 10. Види та засоби розповсюдження реклами	16	4	4	2	6

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
-------------------------	--	--

Змістові модулі і теми	усього	лекції	практичні	лабораторні	самостійна робота
Тема 11. Рекламне звернення: технологія створення	15	2	4	4	5
Тема 12. Рекламна кампанія. Правове та етичне регулювання реклами	14	2	3	2	7
Модульний контроль 3	1	—	1	—	—
Разом за змістовий модуль 3	60	12	16	8	24
ВСЬОГО	180	32	48	32	68

Примітка. Модульний контроль здійснюється у формі тестування під час практичного заняття; його години входять до загального обсягу практичних годин.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
-------------------------	--	--

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Модуль 1. Змістовий модуль 1. Журналістика як соціальний інститут і фах		
1	Тема 1. Журналістика як соціальний інститут і професія	4
2	Тема 2. Види діяльності журналіста	4
3	Тема 3. Робота журналіста з інформацією	4
4	Тема 4. Теорії масових комунікацій	3
Змістовий модуль 2. Технологія створення журналістського медіапродукту		
5	Тема 5. Новина як базовий жанр журналістики	4
6	Тема 6. Техніка журналістського письма	4
7	Тема 7. Репортаж	4
8	Тема 8. Інтерв'ю	3
Змістовий модуль 3. Основи рекламної діяльності		
9	Тема 9. Реклама як вид соціальної комунікації	4
10	Тема 10. Види та засоби розповсюдження реклами	4
11	Тема 11. Рекламне звернення: технологія створення	4
12	Тема 12. Рекламна кампанія. Правове та етичне регулювання реклами	3
	РАЗОМ	45
	Модульний контроль (3 × 1 год)	3
	УСЬОГО ПРАКТИЧНИХ	48

6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Журналістика як соціальний інститут і фах		
1	Аналіз функцій журналістики на прикладі сучасних українських медіа	2
2	Моделювання роботи редакції: розподіл ролей і завдань	2
3	Збір та перевірка інформації: робота з джерелами і фактчекінг	4
4	Аналіз медіаповідомлень крізь призму теорій масової комунікації	2

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
-------------------------	--	--

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовий модуль 2. Технологія створення журналістського медіапродукту		
5	Написання новинного повідомлення за принципом «перевернутої піраміди»	4
6	Редагування й адаптація тексту під різні канали поширення	4
7	Підготовка репортажу з місця події (навчальний кейс)	2
8	Проведення та опрацювання навчального інтерв'ю	4
Змістовий модуль 3. Основи рекламної діяльності		
9	Аналіз рекламних кампаній за каналами розповсюдження	2
10	Створення рекламного звернення та слогана (копірайтинг)	4
11	Розроблення медіаплану навчальної рекламної кампанії	2
	РАЗОМ	32

7. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми / завдання	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Журналістика як соціальний інститут і фах		
1	Тема 1. Опрацювати функції журналістики; підготувати конспект про журналістику як соціальний інститут.	6
2	Тема 2. Скласти схему структури сучасної редакції та посадових обов'язків.	6
3	Тема 3. Підготувати добірку джерел з теми та провести їх фактчекінг.	6
4	Тема 4. Реферат за однією з теорій масової комунікації (на вибір).	5
Змістовий модуль 2. Технологія створення журналістського медіапродукту		
5	Тема 5. Написати 3 новинні повідомлення на основі заданих фактів.	6
6	Тема 6. Відредагувати наданий навчальний текст; описати внесені правки.	6
7	Тема 7. Підготувати план репортажу та зібрати фактичний матеріал.	6
8	Тема 8. Розробити сценарій інтерв'ю з переліком запитань.	5
Змістовий модуль 3. Основи рекламної діяльності		
9	Тема 9. Підготувати огляд функцій реклами та її місця в системі комунікацій.	6
10	Тема 10. Скласти порівняльну таблицю засобів розповсюдження реклами.	6
11	Тема 11. Розробити рекламне звернення (слоган + основний текст) для умовного продукту.	5
12	Тема 12. Скласти проєкт медіаплану рекламної кампанії; проаналізувати вимоги Закону «Про рекламу».	5
РАЗОМ		68

8. Індивідуальні самостійні завдання

Підготовка доповідей, виконання творчих завдань та написання есе з проблемних питань журналістської та рекламної діяльності. Орієнтовні теми:

1. Журналістика як соціальний інститут у сучасному українському суспільстві.
2. Професійні стандарти журналістики та виклики доби дезінформації.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
----------------------------	--	--

3. Фактчекінг як складова роботи журналіста з інформацією.
4. Новина в цифрову епоху: трансформація жанру.
5. Репортаж як жанр: від класики до мультимедіа.
6. Інтерв'ю як метод і жанр журналістики.
7. Теорії масової комунікації та їх практичне застосування.
8. Реклама як вид соціальної комунікації.
9. Креативні стратегії у створенні рекламного звернення.
10. Етичні та правові межі рекламної діяльності в Україні.

9. Методи навчання

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються методи навчання, що сприяють досягненню відповідних програмних результатів навчання.

Результат навчання	Методи навчання
ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.	— Вербальні методи (лекція, пояснення) — Дискусійний метод — Метод активного навчання (мозковий штурм)
ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.	— Наочні методи (демонстрація, ілюстрація) — Практичні та лабораторні методи — Метод активного навчання (командна робота) — Ситуаційний метод (кейс-метод)
ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.	— Наочні методи (спостереження, демонстрація) — Ситуаційний метод — Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, підготовка доповідей)
ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.	— Лабораторні методи (робота зі спеціалізованим ПЗ) — Практичні методи — Метод активного навчання (командна робота)
ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції.	— Вербальні методи (лекція, пояснення) — Дискусійний метод — Метод активного навчання (командна робота)
ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних та обов'язкових джерел інформації.	— Практичні методи (виконання творчих завдань) — Метод активного навчання (мозковий штурм) — Методи самостійної роботи (написання есе, підготовка доповідей)
ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення.	— Практичні та лабораторні методи — Ситуаційний метод (кейс-метод) — Метод активного навчання (командна робота)
ПР19. Здійснювати медіаменеджмент, у т.ч. у сфері реклами.	— Вербальні методи (лекція, пояснення) — Дискусійний метод — Метод активного навчання (командна робота)
ПР20. Формувати інформаційний продукт для використання в рекламній діяльності.	— Практичні та лабораторні методи — Ситуаційний метод (кейс-метод) — Метод активного навчання (мозковий штурм)
ПР23. Застосовувати професійні стандарти журналістики у процесі збору, перевірки та поширення інформації.	— Вербальні методи (лекція, пояснення) — Дискусійний метод — Методи самостійної роботи (анотування опрацьованого матеріалу, написання есе)

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
-------------------------	--	--

10. Методи контролю

Перевірка досягнення програмних результатів навчання здійснюється з використанням наступних методів.

Результат навчання	Методи контролю
ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.	— Усне опитування, участь у дискусії — Експрес-тестування — Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань — Перевірка виконання завдань модульного контролю — Екзамен
ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.	— Усне опитування — Перевірка виконання та захист практичних і лабораторних завдань — Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань — Перевірка виконання завдань модульного контролю — Екзамен
ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.	— Усне опитування — Перевірка виконання та захист практичних завдань — Самооцінювання та взаємооцінювання — Перевірка виконання завдань модульного контролю — Екзамен
ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.	— Перевірка виконання та захист лабораторних завдань — Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань — Перевірка виконання завдань модульного контролю — Екзамен
ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції.	— Усне опитування, участь у дискусії — Експрес-тестування — Перевірка виконання завдань модульного контролю — Екзамен
ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних та обов'язкових джерел інформації.	— Перевірка виконання та захист практичних завдань — Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань — Перевірка виконання завдань модульного контролю — Екзамен
ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення.	— Перевірка виконання та захист практичних і лабораторних завдань — Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань — Перевірка виконання завдань модульного контролю — Екзамен
ПР19. Здійснювати медіаменеджмент, у т.ч. у сфері реклами.	— Усне опитування, участь у дискусії — Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань — Перевірка виконання завдань модульного контролю — Екзамен
ПР20. Формувати інформаційний продукт для використання в рекламній діяльності.	— Перевірка виконання та захист практичних і лабораторних завдань — Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань — Перевірка виконання завдань модульного контролю — Екзамен
ПР23. Застосовувати професійні стандарти журналістики у процесі збору, перевірки та поширення інформації.	— Усне опитування, участь у дискусії — Експрес-тестування — Перевірка виконання та захист індивідуальних завдань

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
------------------------------------	---	--

Результат навчання	Методи контролю
	— Перевірка виконання завдань модульного контролю — Екзамен

11. Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

Система оцінювання результатів навчання включає поточний, модульний та підсумковий контроль. Підсумковий контроль здійснюється у формі екзамену.

Розподіл балів з навчальної дисципліни

Види робіт здобувача денної форми здобуття вищої освіти	Кількість балів за семестр
Виконання завдань поточного контролю	60
Виконання завдань модульного або підсумкового контролю	40
Підсумкова семестрова оцінка	100

Розподіл балів за виконання завдань поточного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
Виконання завдань під час навчальних занять (відповіді, участь у дискусії, тестові завдання, практичні та лабораторні роботи)	42
Виконання та захист індивідуальних самостійних завдань	18
Науково-дослідна робота та інші види робіт (додаткові заохочувальні бали: участь в олімпіадах, конкурсах, підготовка тез доповідей)	20
Разом за виконання завдань поточного контролю	60

Розподіл балів за виконання завдань модульного контролю

Види робіт здобувача вищої освіти	Кількість балів за семестр
Виконання завдань модульного контролю 1	15
Виконання завдань модульного контролю 2	15
Виконання завдань модульного контролю 3	10
Разом за виконання завдань модульного контролю	40

Якщо здобувач денної форми здобуття вищої освіти виконав необхідні завдання, склав модульний контроль і набрав у сумі 60 балів або більше, він може погодити цю оцінку в електронному кабінеті, і вона стане семестровою. Здобувач допускається до екзамену, якщо за поточний контроль набрав 36 балів або більше.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
------------------------------------	---	--

Сума балів	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
74 – 81	C	добре
64 – 73	D	задовільно
60 – 63	E	задовільно
35 – 59	FX	незадовільно
0 – 34	F	незадовільно

12. Глосарій

№	Український термін	Англійський переклад
1	Журналістика	Journalism
2	Масова комунікація	Mass communication
3	Соціальний інститут	Social institution
4	Медіапродукт	Media product
5	Новина	News
6	Перевернута піраміда	Inverted pyramid
7	Репортаж	Report / Reportage
8	Інтерв'ю	Interview
9	Фактчекінг	Fact-checking
10	Джерело інформації	Source of information
11	Порядок денний (медіа)	Agenda-setting
12	Прив'язництво / контроль доступу	Gatekeeping
13	Аудиторія	Audience
14	Реклама	Advertising
15	Рекламне звернення	Advertising message
16	Слоган	Slogan
17	Унікальна торговельна пропозиція	Unique selling proposition (USP)
18	Рекламна кампанія	Advertising campaign
19	Медіапланування	Media planning
20	Таргетована реклама	Targeted advertising
21	Копірайтинг	Copywriting
22	Зв'язки з громадськістю	Public relations (PR)

13. Рекомендована література

Основна література

1. Slyusar V. M., Khrystokin H. V., Yastrebova A. O. Is dialogue possible in the post-truth era? (Media philosophy and social and communication studies). Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences. 2023. № 1 (93). P. 29–40. DOI: 10.35433/philosophicalsciences.1(93).2023.29-40.
2. Іванечко Н. Управління рекламною діяльністю : навчальний посібник. Тернопіль : Західноукраїнський національний університет, 2022. 88 с.
3. Кость С. Вступ до журналістики : навчальний посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2022. 512 с.
4. Олтаржевський Д. О. Цифрові комунікації : навчальний посібник із дисципліни «Медіавиробництво: промоція». Київ : ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, 2023. 120 с.
5. Санакоєва Н. Д., Березенко В. В. Теорія та практика реклами : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНУ, 2023.
6. Слюсар В. М. Техно-епістемологія в сучасній філософії науки: концептуальні засади аналізу нових медіа. Вісник Державного університету «Київський авіаційний інститут». Серія: Філософія. Культурологія. 2026. № 1 (43). С. 11–17. DOI: 10.18372/2412-2157.1.21223.
7. Слюсар В., Христокін Г., Костючков С. Сучасні філософські концепції науки: філософія даних та інформації. Культурологічний альманах. 2026. Вип. 1 (17). С. 24–32.
8. Сташен Б. Мобільна журналістика : практичний посібник / пер. з нім. В. Климченка; за заг. ред. В. Іванова. Київ : ФОП Паливода В. Б., 2021. 258 с.

Допоміжна література

1. Slyusar V., Kozlovets M., Horokhova L., Chaplinska O. Phenomenon of targeted advertising in postpanoptic society. Humanities Studies: Collection of Scientific Papers. 2021. № 8 (85). P. 48–56. DOI: 10.26661/hst-2021-8-85-05.
2. Бутиріна М. В. Основи реклами та зв'язків з громадськістю : навчальний посібник. Дніпропетровськ, 2009.
3. Владимиров В. М. Основи журналістики : навчальний посібник. Луганськ, 2007.
4. Закон України «Про інформацію» (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
5. Закон України «Про рекламу» (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>
6. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2008. 268 с.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015 та ДСТУ ISO 21001:2019	Ф-31.08- 04.01/С7.00.01/ Б/ОК16-1-2025
-------------------------	--	--

7. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навчальний посібник. Київ : Центр вільної преси, 2010. 258 с.
8. Кодекс етики українського журналіста. Комісія з журналістської етики. URL: <https://www.cje.org.ua/>
9. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
10. Москаленко А. З. Теорія журналістики : підручник. Київ : Експрес-об'ява, 1998. 334 с.
11. Обротько Б. А. Реклама і рекламна діяльність : курс лекцій. Київ : МАУП.
12. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації : навчальний посібник. Київ : Києво-Могилянська академія.
13. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник. Київ : Просвіта, 2008. 260 с.
14. Слюсар В., Шкіль Л., Слюсар М. Субстанційний підхід до визначення поняття «реклама»: філософсько-комунікативний аспект. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філософські науки. 2021. № 2 (90). С. 103–112. DOI: 10.35433/PhilosophicalSciences.2(90).2021.103-112.
15. Слюсар М. В. Міфічне та міфізація в медіапросторі і рекламі: теоретико-методологічні проблеми. Українська полоністика. 2018. Вип. 15. С. 76–84.
16. Слюсар М. Маскулінні образи в рекламному просторі сучасної медіареальності (на прикладах України та Польщі). Українська полоністика. 2020. Том 17. С. 76–85. DOI: 10.35433/2220-4555.17.2020.phyl-5.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Освітній портал Державного університету «Житомирська політехніка». URL: <http://learn.ztu.edu.ua>
2. Інститут масової інформації (ІМІ). URL: <https://imi.org.ua/>
3. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/>
4. MediaSapiens. URL: <https://ms.detector.media/>
5. Комісія з журналістської етики. URL: <https://www.cje.org.ua/>