

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

ВІД ІДЕЇ ДО ЗАХИСТУ: НАПИСАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ ТА СТВОРЕННЯ МЕДІАПРОЄКТУ



Навчально-методичний посібник

Електронне видання

Кам'янець-Подільський
2026

УДК 007:316.77:004.9:070(075.8)

ББК 76.0я73

В42

Рекомендувала вчена рада навчально-наукового інституту української філології та журналістики Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка (протокол № 12 від 29 грудня 2025 року)

Рецензенти:

Бикова Ольга Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри міжнародної журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка;

Коваленко Борис Олексійович, доктор філологічних наук, професор, професор кафедри української мови, директор Навчально-наукового інституту української філології та журналістики Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

Укладач:

Почапська Оксана Іванівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, медіатренер, член Національної спілки журналістів України, член Національної спілки письменників України, член Національної спілки краєзнавців України.

Від ідеї до захисту: написання курсової роботи та створення медіа-проєкту: навчально-методичний посібник [Електронний ресурс] / [укладач: О. І. Почапська]. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2026. 52 с.

У навчально-методичному посібнику окреслено вимоги до написання курсових робіт і підготовки курсових проєктів для здобувачів освіти першого та другого років навчання першого (бакалаврського) рівня освіти ОП Журналістика.

Ілюстраційні схеми згенеровані на основі оригінального матеріалу за допомогою застосунку Napkin.ai.

УДК 007:316.77:004.9:070(075.8)

ББК 76.0я73

Електронна версія посібника доступна за покликанням:

URL: <http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/9915>

© Почапська О. І.: укладання, 2026

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	6
РОЗДІЛ 1. З ЧОГО ПОЧАТИ?	8
1.1. Роль та значення курсової роботи/проєкту	8
1.2. Розмежування понять	9
1.3. Етапи виконання КР/КП: Тайм-менеджмент та планування	10
РОЗДІЛ 2. ВИБІР ТЕМИ І ПЛАНУВАННЯ	12
2.1. Як обрати актуальну тему	12
Критерії актуальності теми, перевірка її на життєздатність.....	12
Як знайти актуальну тему?.....	12
Поради щодо звуження та конкретизації теми	13
Перевірка теми на життєздатність.....	14
2.2. Формулювання дослідницького апарату (для курсової роботи)	15
Висунення наукової гіпотези	15
2.3. Планування структури курсової роботи та курсового проєкту	16
2.4. Робота з науковим керівником: Ефективна взаємодія та консультації	16
РОЗДІЛ 3. МЕТОДИКА НАПИСАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ (КР)	18
3.1. Теоретичний розділ (Огляд літератури)	18
Правила пошуку та добору джерел	18
Систематизація та критичний аналіз наукових праць	19

3.2. Аналітично-дослідницький розділ	19
Методи дослідження у журналістиці	19
Опис та обґрунтування вибірки	20
Інтерпретація отриманих емпіричних даних	21
3.3. Написання Вступу та Висновків	21
Вимоги до змісту Вступу	21
Методи дослідження	24
Синтез та узагальнення результатів у Висновках	26
РОЗДІЛ 4. ПІДГОТОВКА КУРСОВОГО ПРОЄКТУ (КП)	27
4.1. Концептуалізація проєкту	27
Аналіз цільової аудиторії та медіаринку	27
Вибір формату, платформи та жанру	28
4.2. Теоретичне обґрунтування проєкту (Теоретичний розділ КП)	28
4.3. Практична реалізація (Проектний розділ)	29
Опис етапів створення продукту	29
Технічне завдання (ТЗ), кошторис, план просування	30
Оцінка потенційної ефективності проєкту	31
4.4. Додатки курсового проєкту	32
РОЗДІЛ 5. ОФОРМЛЕННЯ Й ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ	33
5.1. Вимоги до оформлення тексту	34
5.2. Робота з цитатами та посиланнями	34
Види цитування та оформлення покликань	34

Стандарти бібліографічного опису	35
Ілюстрації й таблиці	36
5.4. Перевірка на академічну доброчесність.....	37
Запобігання плагіату та самоплагіату	37
Вимоги до оригінальності тексту	38
РОЗДІЛ 6. ЗАХИСТ КУРСОВОЇ РОБОТИ / ПРОЄКТУ	39
6.1. Підготовка презентації	39
6.2. Регламент та особливості доповіді.....	41
6.3. Відповіді на запитання	41
Типові запитання та підготовка аргументованих відповідей	42
6.4. Критерії оцінювання	43
Критерії оцінювання курсової роботи	43
Критерії оцінювання курсового проєкту.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	46
ДОДАТКИ.....	48
Додаток А. Зразок оформлення титульного аркуша	48
Додаток Б. Зразок оформлення змісту.....	49
Додаток В. Оформлення списку використаних джерел	50

ПЕРЕДМОВА

Методичний посібник **«Від ідеї до захисту: написання курсової роботи та створення медіапроєкту в журналістиці»** розроблений як практичний навігатор у процесі підготовки та захисту кваліфікаційних робіт для здобувачів першого (бакалаврського) рівня ОП «Журналістика».

Курсова робота та курсовий проєкт є ключовими формами самостійної роботи, що відображають рівень теоретичної підготовки, аналітичних навичок та професійної креативності здобувачів.

Працювати над підготовкою курсової роботи/проєкту здобувачі освіти починають після вивчення дисципліни «Теорія і практика медіадосліджень», що передбачає вивчення основних методів і прийомів проведення наукового дослідження в галузі журналістики, а також освоюють специфіку підготовки курсових робіт і проєктів у галузі знань С «Соціальні науки, журналістика та інформація» спеціальності С7 Журналістика.

Метою цього посібника є:

- 1) систематизація знань про методологію наукового дослідження та основи проєктування у галузі медіа;
- 2) надання чітких інструкцій щодо вибору теми, планування, збору та опрацювання інформації;
- 3) допомога у коректному оформленні робіт відповідно до академічних стандартів та вимог ОП «Журналістика».

Посібник має двоєдиний фокус, що відповідає специфіці сучасної журналістської освіти:

1. Написання курсової роботи. Ця частина присвячена дослідницькій діяльності, включаючи освоєння методів контент-аналізу, інтерв'ювання та аналізу медіатекстів. Акцент зроблено на академічній доброчесності та формуванні аргументованих наукових висновків.

2. Створення курсового проєкту. Ця частина є практично-творчою. Вона охоплює етапи концептуалізації, розробки та реалізації власного медіапродукту (подкасту, SMM-стратегії, мультимедійного лонгріду, відеопроекту тощо), а також його теоретичне обґрунтування.

Матеріал структуровано послідовно: від пошуку ідеї та консультацій з науковим керівником до фінального захисту. Рекомендовано використовувати посібник на кожному етапі роботи.

Очікується, що цей посібник стане надійним помічником, забезпечить прозорість вимог та допоможе успішно трансформувати теоретичні знання у вагомій дослідницькі результати або реальні, конкурентоспроможні медіапроекти.

Оксана Почапська

РОЗДІЛ 1. З ЧОГО ПОЧАТИ?

1.1. Роль та значення курсової роботи/проєкту

Курсова робота та курсовий проєкт є обов'язковими елементами навчального процесу та важливими складовими **фахової підготовки** здобувачів освіти. Вони слугують індикатором рівня засвоєння теоретичного матеріалу, а також здатності застосовувати набуті знання для вирішення конкретних професійних завдань.

Уже на цьому етапі чітко простежується відмінність між курсовою роботою та курсовим проєктом. І, в першу чергу, мова йде про мету, з якою виконуються курсова робота чи курсовий проєкт (див. *Таблиця 1*).

Таблиця 1. Мета й завдання написання курсової роботи і курсового проєкту

Спрямованість	Курсова робота	Курсовий проєкт
Наукові	Поглиблення знань у певній галузі медіазнавства.	Апробація теоретичних знань на практиці медіавиробництва.
Дослідницькі	Формування навичок самостійного аналізу, збору та систематизації інформації, критичного осмислення джерел.	Обґрунтування концепції проєкту на основі аналізу потреб аудиторії та медіаринку.
Практичні	Оволодіння методами наукового дослідження (контент-аналіз, опитування, case-study) для виявлення тенденцій у медіа.	Розвиток навичок генерації ідей, планування, створення та просування реального журналістського продукту.

Виконання курсової роботи / курсового проєкту забезпечує перехід від репродуктивного навчання до **творчої, аналітичної та проєктної діяльності**, що є критично важливим для успішної кар'єри в сучасній журналістиці та комунікаціях.

1.2. Розмежування понять

Незважаючи на спільну мету – демонстрацію професійної компетентності, курсова робота та курсовий проєкт мають суттєві відмінності у своїй спрямованості та кінцевому результаті (див. Таблиця 2):

Таблиця 2. Відмінності між КР та КП

Характеристика	Курсова робота (КР)	Курсовий проєкт (КП)
Спрямованість	Науково-дослідницька. Фокус на вивченні, аналізі та критиці існуючих явищ.	Практично-творча. Фокус на створенні та впровадженні нового продукту або рішення.
Ключовий результат	Аналітичний текст (30-40 сторінок).	Медіапродукт (готовий або його концепція) + теоретичне обґрунтування (20-30 сторінок).
Зміст	Теоретичне узагальнення та емпіричний аналіз медіафеноменів, жанрів, тенденцій.	Розробка та реалізація конкретного медіапродукту (газета, подкаст, SMM-стратегія, мультимедійний лонгрід тощо), супроводжувана техніко-економічним та комунікаційним обґрунтуванням.



ВАЖЛИВО: курсова робота відповідає на запитання «Чому це відбувається?» і «Які закономірності?», тоді як курсовий проєкт відповідає на запитання «Що можна створити?» та «Як це реалізувати?».

1.3. Етапи виконання КР/КП: Тайм-менеджмент та планування

Успішна підготовка курсової роботи чи проекту вимагає чіткого планування та ефективного **тайм-менеджменту**. Процес виконання умовно поділяється на такі ключові етапи (див. *Рис. 1*):

1. **Підготовчий етап (1-2 тижні)**. Вибір та затвердження теми; визначення наукового керівника; формулювання мети, завдань та гіпотези (для КР); розробка загальної концепції проекту (для КП).

2. **Дослідницько-аналітичний етап (4-6 тижнів)**. Збір та опрацювання теоретичних джерел; проведення власних досліджень (контент-аналіз, інтерв'ю) або розробка проекту.

3. **Етап написання/реалізації (6-8 тижнів)**. Створення чорнового варіанту тексту (розділ за розділом) або реалізація проекту; регулярні консультації з керівником; корекція структури та змісту.

4. **Оформлення та фіналізація (2-3 тижні)**. Редагування та коректура тексту; оформлення списку використаних джерел та додатків; перевірка на академічну доброчесність (плагіат); підготовка до друку/подання.

5. **Етап захисту (1 тиждень)**. Підготовка презентації; формування тез доповіді; репетиція захисту.

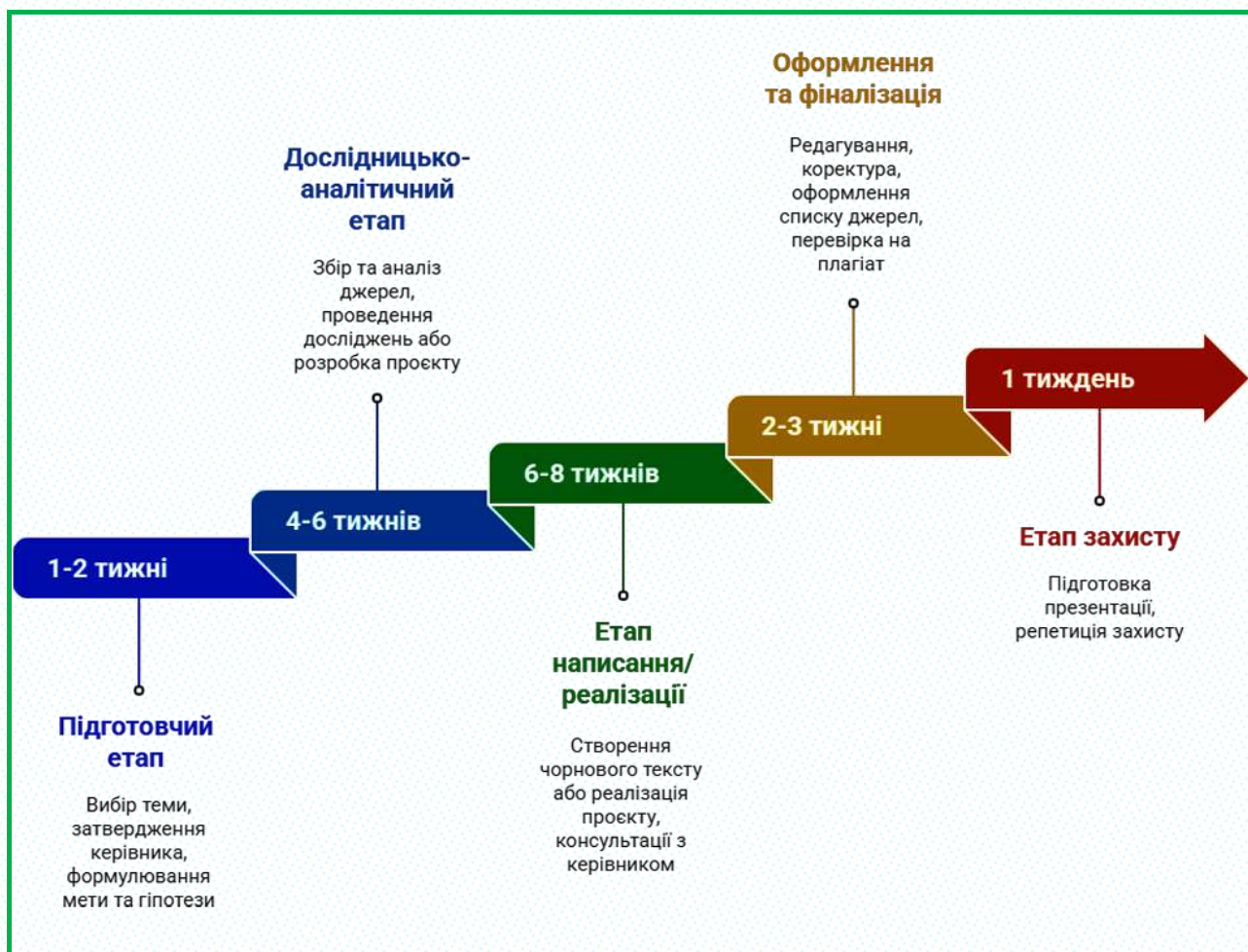


Рис. 1 Ключові етапи підготовки курсової роботи / курсового проєкту

Важливо розуміти: кількість тижнів вказано орієнтовно. Разом з тим, дотримання встановлених термінів та поетапне виконання завдань дозволяє уникнути поспіху та забезпечити високу якість фінальної роботи.

РОЗДІЛ 2. ВИБІР ТЕМИ І ПЛАНУВАННЯ

2.1. Як обрати актуальну тему

Вибір теми є першим і найбільш значущим кроком, який визначає успіх усієї роботи. Тема повинна не лише цікавити студента, а й мати наукову або практичну цінність.

Критерії актуальності теми, перевірка її на життєздатність

Вибір теми дослідження повинно ґрунтуватися на трьох основних критеріях, які завжди повинні бути в балансі:

- актуальність (наскільки тема важлива тут і зараз);
- перспективність (чи можливо реалізувати дослідження за визначений період часу);
- особиста зацікавленість (наскільки тема є цікавою особисто виконавцю).

ВАЖЛИВО: Вибір і коригування теми відбувається під час консультації із керівником курсової роботи. Це забезпечить чіткий напрям визначення напрямку і проведення дослідження.

Як знайти актуальну тему?

1. Аналіз «гарячих» точок (hot spot). Актуальні теми часто лежать на перетині різних дисциплін, галузей і напрямків:

- технології: штучний інтелект (AI), великі лінгвістичні моделі (LLM), інформаційна безпека та ін.;
- глобальні виклики: війни, міграції, пандемія і под.;
- соціальні зміни: реакція аудиторії, інформаційна стійкість, трансформація медіа та ін.

2. Виявлення прогалин (gap spotting) у дослідженнях, які вже існують:

- висновки й рекомендації; важливо бути «в темі» – читати наукові дослідження, статті; часто автори самі вказують на те, що ще не вдалось

дослідити, або ж окреслюють перспективи продовження і поглиблення їхнього дослідження;

- суперечності: шукайте, де результати дослідження різних авторів суперечать одні одним; пояснення цієї суперечності може стати чудовим підґрунтям для проведення дослідження.

3. Використання інструментів:

- наукові бази даних: Scopus, Web of Science, Google Scholar, Researchgate та ін.;
- звіти аналітичних агенцій чи інституцій: часто такі звіти можна знайти на офіційних інтернет-сторінках ООН, Єврокомісії та ін. – у них визначаються глобальні пріоритети на найближчі 5-10 років; джерелами аналітики можуть бути офіційні сторінки Інституту масової інформації (ІМІ), Українського інституту медіа і комунікацій (УІМК), Академії української преси (АУП) та ін.

Поради щодо звуження та конкретизації теми

Найкраще, аби у курсовій роботі були чітко визначені одне чи – максимум – два наукові (дослідницькі) питання. Це дасть можливість звужити тему і сфокусуватися на глибшому дослідженні однієї проблеми (див. Таблиця 3).

Таблиця 3. Звуження широких тем

Широка тема (Небажано)	Звужена тема (Рекомендовано)	Мета звуження
Соціальні мережі та новини	Особливості використання Instagram як каналу просування розслідувального контенту (на прикладі ЗМІ X).	Чітке визначення платформи, жанру та об'єкта аналізу.
Відеоконтент у медіа	Формати відеосторителлінгу для YouTube-каналів, орієнтованих на молодіжну аудиторію.	Конкретизація цільової аудиторії та платформи.
Подкасти в Україні	Аналіз впливу аудіодизайну на сприйняття новинного подкасту (на прикладі 5 найпопулярніших українських проєктів).	Додавання методологічного елементу (аналіз аудіодизайну).

Формула успішної теми (див. Рис. 2):

Проблема / Явище + Конкретна платформа / Жанр +
+ Обмежений часовий проміжок / Конкретний об'єкт

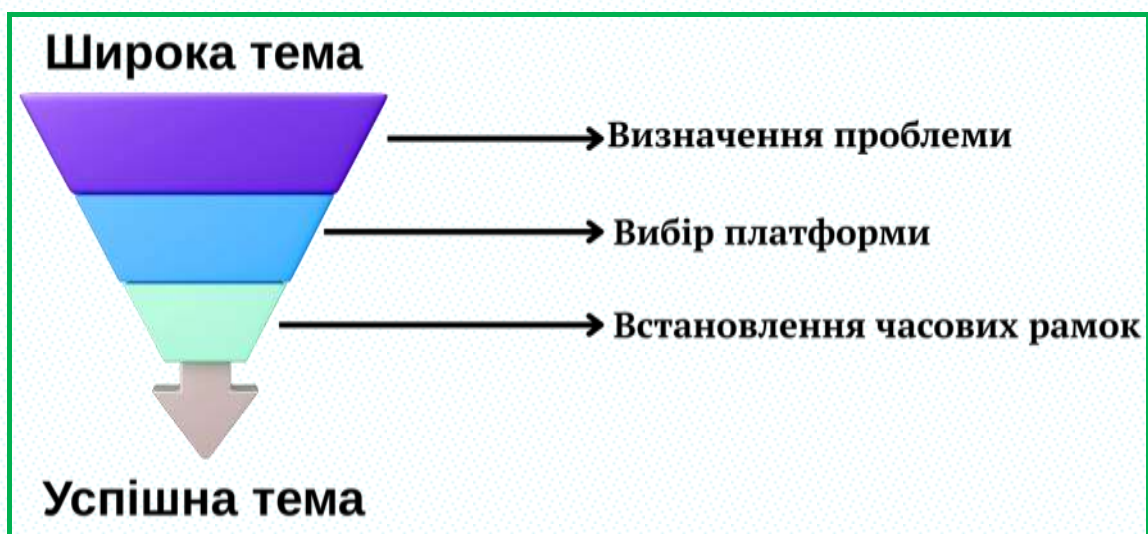


Рис. 2. Формула успішної теми

Перевірка теми на життєздатність

Після вибору декількох потенційно актуальних тем, необхідно переконатися в тому, що є можливість їх якісно реалізувати (див. Таблиця 4).

Таблиця 4. Критерії перевірки теми на життєздатність

Критерій	Запитання для самоперевірки
Доступ до необхідної інформації / даних	1. Чи зможу я отримати необхідні дані (експериментальні, статистичні, інтерв'ю та ін.)? 2. Чи є ці дані конфіденційними?
Методологія	1. Чи існують методи для аналізу і збору цих даних? 2. Чи достатньо в мене знань і умінь для реалізації цих методик? 3. Як швидко я зможу навчитися використовувати ці методики?
Ресурси й час	1. Чи вистачить мені часу? 2. Чи вистачить мені ресурсів (обладнання, програмне забезпечення, люди та ін.)?

2.2. Формулювання дослідницького апарату (для курсової роботи)

Для Курсової роботи обов'язковою є розробка чіткого дослідницького апарату, який слугує методологічним каркасом роботи.

➤ **Об'єкт дослідження:** Явище, процес або сфера, яку планується вивчати загалом (наприклад, процес створення новин у цифровому середовищі).

➤ **Предмет дослідження:** Конкретні аспекти, властивості або зв'язки об'єкта, які безпосередньо вивчаються (наприклад, особливості мови та стилю заголовків новинних матеріалів у Telegram-каналах).

➤ **Мета:** Загальний бажаний кінцевий результат (наприклад, *ви-явити та проаналізувати* тренди розвитку інфографіки в українських онлайн-медіа).

➤ **Завдання:** Кроки, які необхідно виконати для досягнення мети (зазвичай 3-5 пунктів). Завдання повинні відповідати назвам розділів роботи (наприклад, 1. *Розкрити* теоретичні засади інфографіки; 2. *Провести аналіз* прикладів...; 3. *Сформулювати* практичні рекомендації).

Висунення наукової гіпотези

Гіпотеза – це науково обґрунтоване припущення, яке висувається для пояснення певного явища і потребує перевірки емпіричним шляхом.

Приклад: *Припускається, що підвищення інтерактивності мультимедійного лонгріду прямо корелює зі збільшенням часу, який користувач проводить на сторінці.*

Гіпотеза не обов'язково має підтвердитися. Якщо вона спростовується в ході дослідження, це також є цінним науковим результатом.

ВАЖЛИВО! Гіпотеза є бажаною складовою дослідницького процесу, оскільки дає можливість чітко визначити напрям проведення дослідження.

2.3. Планування структури курсової роботи та курсового проєкту

Логічна структура роботи забезпечує її послідовність та цілісність (див. Таблиця 5).

Таблиця 5. Структура роботи

Елемент	Курсова робота	Курсовий проєкт
Вступ	Обґрунтування актуальності, мета, завдання, методи.	Обґрунтування актуальності, мета, завдання, опис концепції проєкту.
Розділ 1	Теоретичні основи: Огляд наукових джерел, визначення базових понять.	Теоретичне обґрунтування: Аналіз релевантних жанрів, платформ, цільової аудиторії.
Розділ 2	Аналіз: Опис методології, збір та аналіз емпіричного матеріалу (контент-аналіз, опитування).	Проектна розробка: Детальний опис проєкту, його структури, технічних рішень та етапів реалізації.
Розділ 3 (за потреби)	Узагальнення: Порівняльний аналіз, висновки, рекомендації.	Економічне та комунікаційне обґрунтування: План просування, ризики, оцінка соціального ефекту.
Висновки	Узагальнення результатів, підтвердження/спростування гіпотези.	Узагальнення результатів реалізації проєкту.

2.4. Робота з науковим керівником: Ефективна взаємодія та консультації

Науковий керівник є **головним консультантом та фахівцем**, який контролює відповідність вашої роботи (курсової роботи / курсового проєкту) **методологічним та фаховим вимогам** освітньої програми «Журналістика».

1. **Ініціатива.** Здобувач освіти повинен проявляти ініціативу в організації зустрічей. Необхідно приходити на консультації з конкретними запитаннями та готовими частинами тексту/плану.

2. **Дотримання графіка.** Слід узгодити графік поетапної здачі матеріалу (план, теоретичний розділ, аналітичний розділ).

3. **Зворотний зв'язок.** Ретельно опрацьовувати всі зауваження та рекомендації керівника. Незрозумілі моменти слід одразу уточнювати.

4. **Комунікація.** Використовувати узгоджені канали зв'язку (електронна пошта, зустрічі) та дотримуватись правил академічної етики у спілкуванні.

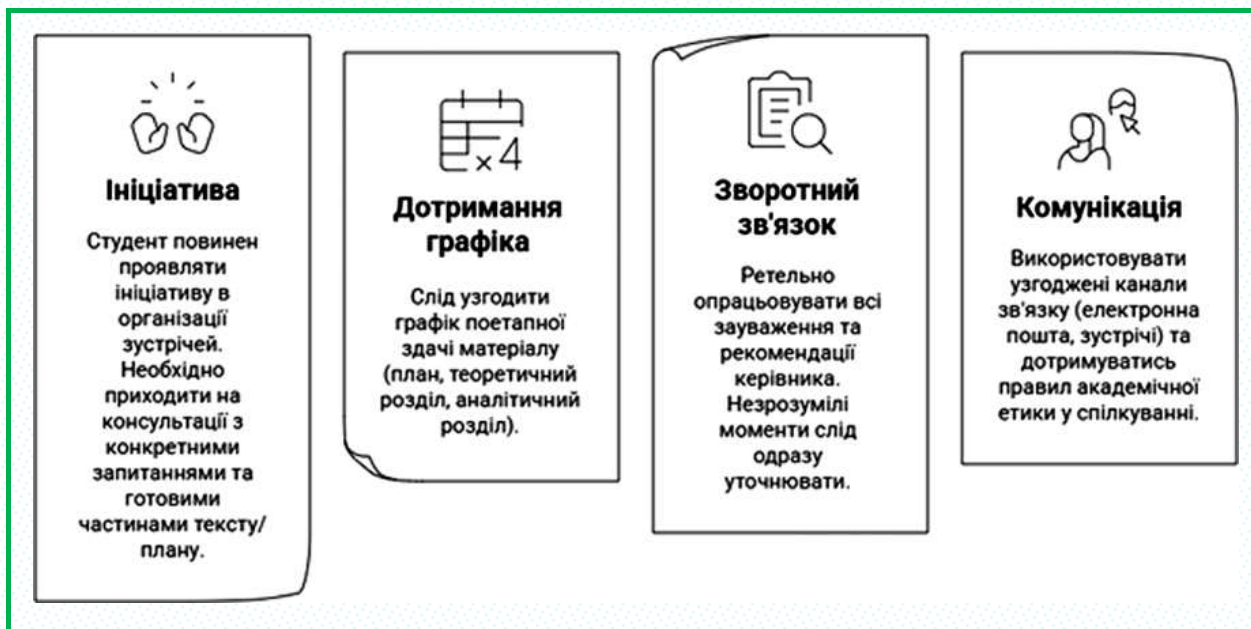


Рис. 3. Ефективна взаємодія з керівником

Ефективна взаємодія з керівником значно підвищує шанси на успішний та своєчасний захист роботи.

РОЗДІЛ 3. МЕТОДИКА НАПИСАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ (КР)

Курсова робота виконується на другому році навчання і охоплює такі освітні компоненти (ОК): Інформаційні жанри, Аналітичні жанри, Художньо-публіцистичні жанри.

Орієнтовну тематику робіт пропонують викладачі кафедри журналістики (можна ознайомитись на сторінці кафедри, в Moodle, або безпосередньо взяти перелік тем на кафедрі журналістики), проте тема може коригуватися (в межах визначених ОК) відповідно до дослідницьких інтересів здобувача.

3.1. Теоретичний розділ (Огляд літератури)

Перший розділ у курсовій роботі є теоретичним. Тут аналізуються дослідження в межах обраної теми, визначаються невідповідності / суперечності / прогалини і т.д., пояснюється методологія, окреслюються і обґрунтовуються основні терміни і поняття.

Теоретичний розділ є фундаментом курсової роботи. Його мета – показати обізнаність здобувача з темою, визначити ключові поняття та виявити невирішені питання, які досліджуватимуться в роботі.

Правила пошуку та добору джерел

Якість курсової роботи безпосередньо залежить від релевантності та наукової цінності джерел. Необхідно використовувати:

- Монографії та навчальні посібники. Для визначення базових понять та загальноприйнятих теорій.
- Наукові статті. З фахових журналів, індексованих у базах даних (наприклад, Web of Science, Scopus, Google Scholar, Researchgate, Academia та ін.), для вивчення сучасних підходів та новітніх досліджень.
- Іноземні видання. Обов'язкові для демонстрації широкого наукового світогляду та ознайомлення з міжнародними трендами.

- Дисертації та автореферати. Для глибокого розуміння методології.
- Професійні звіти та законодавча база (наприклад, звіти UNESCO, Європейської федерації журналістів, ЗУ «Про медіа») – як нормативна та емпірична основа.

Систематизація та критичний аналіз наукових праць

Огляд літератури не є простим переліком або переказом джерел. Він вимагає критичного аналізу та систематизації:

1. Тематичне групування. Розділення джерел за основними підтемами курсової роботи (наприклад, окремо – *теорії новинної цінності*, окремо – *особливості візуальної комунікації*).
2. Аналіз підходів. Порівняння точок зору різних авторів, виявлення спільних і суперечливих аспектів. Необхідно вказати, які концепції прийняті за основу дослідження.
3. Визначення прогалин. Чітке формулювання того, які аспекти проблеми ще не були достатньо досліджені (ця прогалина має стати основою для емпіричної частини вашої курсової роботи).

Тобто теоретичний розділ – це не просто опис знайденого, – це аналіз і систематизація, що дозволяє закласти надійний фундамент для повноцінного дослідження.

3.2. Аналітично-дослідницький розділ

Цей розділ є ядром курсової роботи, де теоретичні знання застосовуються для аналізу емпіричного матеріалу. Він не існує окремо, а є логічним продовження першого (теоретичного) розділу.

Методи дослідження у журналістиці

Вибір методу залежить від предмета та мети дослідження:

- Контент-аналіз: систематичне, кількісне вивчення змісту медіатекстів (наприклад, частота вживання певних термінів, тональність, представництво джерел).

- Case-study (тематичне дослідження): глибокий, детальний аналіз одного конкретного випадку, медіапродукту чи кампанії.
- Експертне інтерв'ю: збір інформації від ключових фахівців галузі (редакторів, медіаменеджерів) для розуміння процесів та прийняття рішень.
- Фокус-групи та соціологічні методи (опитування): дослідження сприйняття контенту аудиторією, її потреб та ставлення до медіа.

Важливо чітко розуміти, що журналістика – це не тільки про тексти, але й, чи не в першу чергу, реакція аудиторії на них (оті мільйон разів проговорені – **дієвість і ефективність**). Тому у виборі методів дослідження журналістичнознавство не обмежується лише методами текстового аналізу, але й використовує увесь спектр методів соціологічного дослідження: від опитування / анкетування і аж до практичної обробки статистичних даних.

ВАЖЛИВО! *Перед тим, як визначити методологію, необхідно чітко сформулювати мету, предмет, об'єкт і гіпотезу дослідження. Це допоможе максимально коректно підійти до вибору методів.*

Формування гіпотези – це, по суті, прогнозування результату дослідження на основі якихось даних, з якими так чи інакше стикався дослідник, але вони не були достатньо опрацьовані, але стали своєрідним лакмусовим папірцем для виявлення певних тенденцій чи закономірностей.

Але якщо дослідник вже виявив цю тенденцію, і для нього це – очевидно, для чого ж тоді проводити дослідження? – Все просто: це «очевидне» знаходиться в межах інформаційної бульбашки дослідника і може відображати лише якийсь одиничний випадок, який не характеризує те, що є насправді.

Для того, щоб встановити закономірність (підтвердити чи спростувати гіпотезу), необхідно визначити вибірку – сукупність джерел, дані яких будуть достатніми для пошуку відповідей на ті запитання, які лягли в основу формування гіпотези.

Опис та обґрунтування вибірки

Вибірка – це той емпіричний матеріал, який аналізується. Його обсяг і критерії відбору повинні бути чітко обґрунтовані:

1. Об'єкт вибірки – конкретні медіа, платформи чи автори.

2. Період дослідження – чіткі часові рамки (наприклад, січень-березень 2024 року).

3. Жанр/Формат – тип контенту (наприклад, лише новинні репортажі, лише аналітичні статті).

$$N = n,$$

де **N** – загальна сукупність матеріалів, а **n** – обсяг вибірки, що аналізується.

ВАЖЛИВО! Необхідно обґрунтувати, чому саме ця вибірка є репрезентативною.

Інтерпретація отриманих емпіричних даних

Отримані дані (таблиці, графіки, результати кодування) не повинні просто дублюватися у тексті. Необхідна глибока інтерпретація:

- Поясніть, що означають цифри та тренди у контексті вашої теми.
- Порівняйте отримані результати з теоретичними положеннями, викладеними в Розділі 1.
- Виявіть причинно-наслідкові зв'язки.
- Сформулюйте висновки, які підтверджують або спростовують вашу гіпотезу.

3.3. Написання Вступу та Висновків

Вимоги до змісту Вступу

Вступ пишеться після того, як сформульовано основний зміст роботи, але розташовується на початку. Він має бути лаконічним і повністю відповідати апарату дослідження (Розділ 2.2). Структурні елементи вступу відображені у *Таблиці 6* та *Рис. 4*.

**Таблиця 6. Структурні елементи вступу
(обов'язкові й необов'язкові)**

Структурний елемент	Зміст	Необхідність
Актуальність теми дослідження	Чому ця тема важлива саме на цьому історичному етапі.	+
Мета і завдання дослідження	Стислий огляд, хто з науковців займався темою.	+
Об'єкт дослідження	Широкий процес або явище, породжене проблемною ситуацією, яке обирається як загальна сфера наукового пошуку	+
Предмет дослідження	Конкретна, чітко окреслена частина об'єкта, тобто та його сторона або властивість, яку безпосередньо вивчає дослідник.	+
Методи дослідження	Перелік використаних методів.	+
Теоретична база дослідження	Короткий перелік науковців із вказівками на ті теорії, які дослідник використовує у роботі.	+
Наукова новизна (елементи наукової новизни)	Які нові результати дає дослідження.	+
Практичне значення результатів дослідження	Де можуть бути використані результати дослідження	+
Апробація дослідження	Стислий перелік наукових заходів (конференцій, семінарів тощо), на яких були представлені основні результати курсової роботи.	Якщо є
Публікації дослідника	Зазначення кількості та типів наукових праць (статей, тез тощо), у яких відображено ключові результати проведеного дослідження.	Якщо є
Структура курсової роботи	Подається перелік структурних компонентів курсової роботи.	+

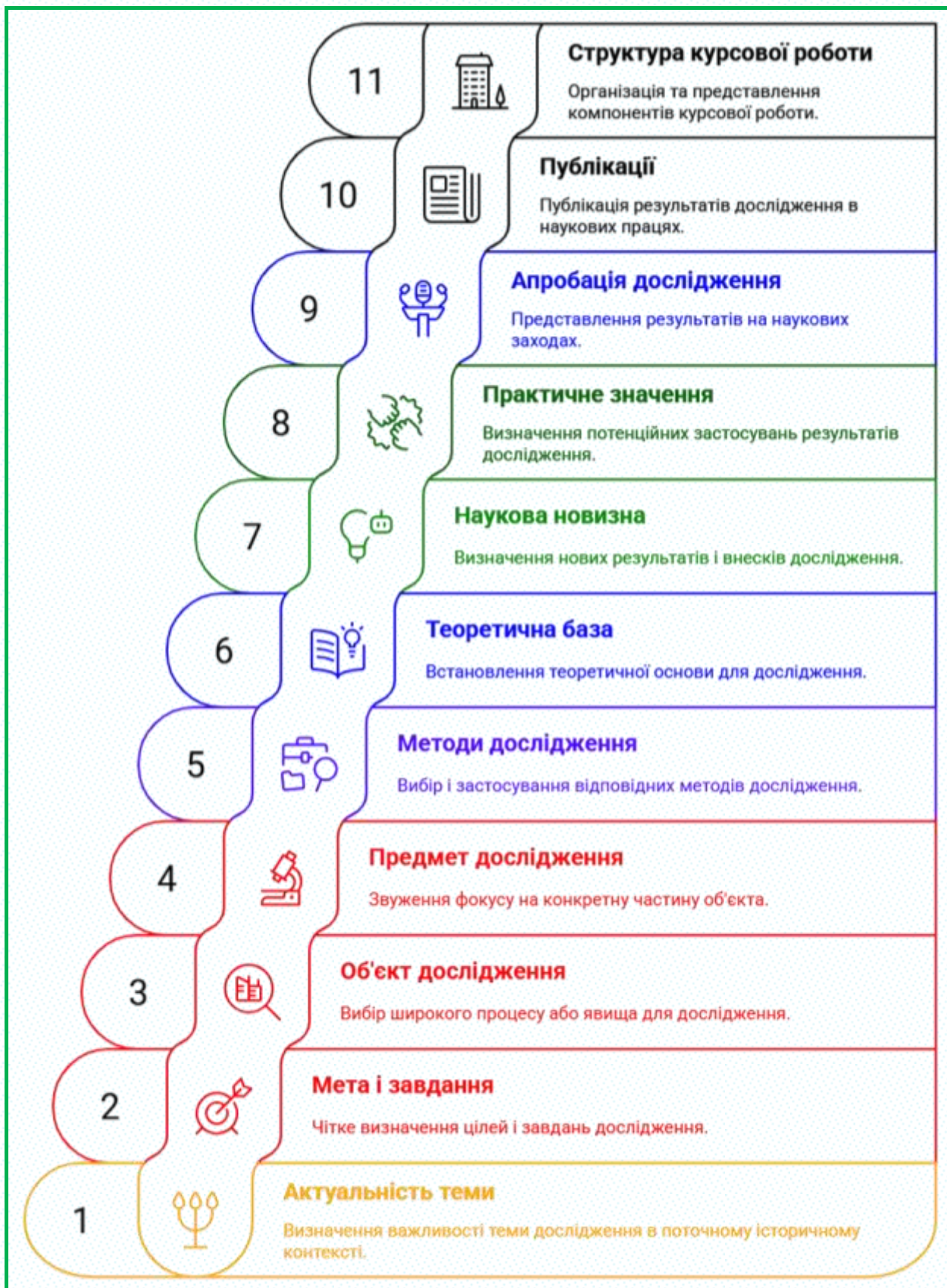


Рис. 4. Структура вступу курсової роботи / курсового проєкту

Методи дослідження

Метод дослідження – це науково обґрунтований та нормативно визначений спосіб здійснення дослідницької діяльності, що є шляхом пізнання і спирається на загальні теоретичні уявлення про сутність об'єкта, який вивчається.

Орієнтовний перелік методів, які використовуються в журналістико-знавстві подано у *Таблиці 7*.

Таблиця 7. Методи дослідження

Група методів	Метод	Опис	Що дозволяє з'ясувати / приклади застосування
1	2	3	4
Теоретичні методи	Аналіз	Розчленування явища на складові для глибшого розуміння	Аналіз контенту медіа, структури повідомлень, редакційної політики
	Синтез	Узагальнення, поєднання елементів у цілісну картину	Формування висновків про медійні тенденції
	Абстрагування	Виділення суттєвих ознак, відкидання несуттєвих	Побудова теоретичних моделей комунікації
	Узагальнення	Перехід від одиничних фактів до закономірностей	Виявлення загальних тенденцій у журналістиці
	Індукція	Висновки від конкретного до загального	Виявлення закономірностей у поведінці аудиторії
	Дедукція	Висновки від загального до конкретного	Перевірка гіпотез про вплив медіа
Емпіричні методи	Спостереження	Цілеспрямоване фіксування медійних процесів	Моніторинг роботи редакції, поведінки читачів
	Інтерв'ю	Отримання інформації від респондентів	Дослідження медійних практик журналістів
	Опитування (анкетування)	Вивчення думок групи людей	Вимірювання рівня медіаспоживання
	Фокус-група	Групове інтерв'ю для вивчення реакцій аудиторії	Тестування журналістських матеріалів
	Експеримент	Створення спеціальних умов для перевірки впливу	Вивчення реакції на зміну подачі контенту

1	2	3	4
Методи аналізу змісту	Контент-аналіз	Кількісне та якісне вивчення медійних текстів	Частотність тем, тональність, рамкування
	Дискурс-аналіз	Вивчення мови, смислів, ідеологій	Аналіз пропаганди, маніпуляцій, контекстів
	Семіотичний аналіз	Аналіз знаків, символів, кодів	Розгляд візуальної журналістики, медіадизайну
Історичні методи	Історико-генетичний	Вивчення формування медіа або явища у часі	Еволюція жанрів, розвиток регіональних медіа
	Історико-порівняльний	Порівняння медій у різні періоди	Порівняння довоєнної та воєнної журналістики
Порівняльні методи	Порівняльно-аналітичний	Порівняння різних медійних систем або продуктів	Аналіз ЗМІ різних регіонів чи країн
Соціологічні методи	Соціологічне дослідження	Системне вивчення аудиторії, її поведінки	Профіль медіаспоживача, рівень довіри до ЗМІ
	Аналіз соціальних мереж (SNA)	Дослідження взаємодій у соцмережах	Виявлення лідерів думок
Психологічні методи	Психолінгвістичний аналіз	Вивчення психологічного впливу мовлення	Аналіз маніпулятивних технік
	Емоційно-ціннісний аналіз	Вивчення емоційного впливу контенту	Аналіз новин, які викликають страх, тривогу
Кейсові методи	Метод case study	Глибокий аналіз одного конкретного медіавипадку	Розбір редакційного конфлікту, інциденту
Практичні методи журналістики	Медіапроектування	Створення й тестування власних медіапроектів	Підготовка студентських проектів, прототипування
	Аналіз ефективності контенту	Оцінка поведінки аудиторії на основі метрик	CTR, перегляди, утримання уваги

Синтез та узагальнення результатів у Висновках

Висновки є підсумковою частиною курсової роботи та містять узагальнення найважливіших результатів дослідження. У цій частині здобувач повинен системно викласти те, що було встановлено під час опрацювання теоретичних джерел, аналізу емпіричних матеріалів та виконання поставлених завдань. Кожен пункт висновків повинен відповідати одному із сформульованих у *Вступі* завдань, забезпечуючи чіткий логічний зв'язок між етапами роботи та її фінальними результатами. Саме тому висновки не є місцем для нової аргументації чи опису додаткової інформації – вони підсумовують те, що вже доведено у розділах.

У висновках необхідно синтезувати зміст усіх частин дослідження, уникаючи прямого цитування, деталізованих описів чи дублювання тексту розділів. Здобувач повинен коротко й зрозуміло представити, які теоретичні підходи були опрацьовані, які особливості, закономірності чи проблеми вдалося ідентифікувати та які результати отримано в ході аналізу конкретних медіаматеріалів, практик або процесів. У разі наявності гіпотези важливо чітко зазначити, була вона підтверджена чи спростована, а також окреслити, наскільки результати узгоджуються з попередніми науковими дослідженнями чи відкривають нові перспективи.

Фінальна частина висновків може містити рекомендації для медіапрактики, журналістської освіти або подальших досліджень. Такі рекомендації повинні ґрунтуватися на отриманих результатах і бути спрямованими на вдосконалення конкретних процесів, підходів чи методів роботи у галузі журналістики. Завдяки цьому висновки не лише підсумовують проведену роботу, а й демонструють її практичну та наукову цінність.

РОЗДІЛ 4. ПІДГОТОВКА КУРСОВОГО ПРОЄКТУ (КП)

Курсовий проєкт є практично орієнтованою роботою, що вимагає не лише теоретичного обґрунтування, а й створення реального журналістського продукту. Що таке журналістський продукт? Це те, що можна дати на оцінку аудиторії: від підготовленого журналістського матеріалу і аж до розробленої концепції газети, журналу, авторської програми для радіо / телебачення та ін.

4.1. Концептуалізація проєкту

Ефективна концептуалізація забезпечує актуальність, життєздатність та цільову спрямованість проєкту. Для того, щоб концептуалізувати проєкт, необхідно дати відповіді на такі запитання:

- Хто моя цільова аудиторія?
- Що я хочу сказати своїй аудиторії?
- В якому форматі моя аудиторія готова це сприймати?

Аналіз цільової аудиторії та медіаринку

Цільова аудиторія (ЦА). Необхідно чітко визначити, для кого створюється продукт. Аналізуються демографічні (вік, стать, освіта), психографічні (інтереси, цінності, стиль життя) та медіаспоживчі (якими платформами користуються, коли споживають контент) характеристики ЦА. Це гарантує релевантність контенту. Кожна ЦА вимагає своїх методів і прийомів донесення інформації. Наприклад, якщо ЦА – це підлітки 13-15 років, яким потрібно пояснити принципи маніпуляцій в соціальних мережах, обирати формат довгочиту із використанням складної термінології не є доцільним. І навпаки: якщо ЦА – досвідчені науковці, доцільно використовувати якісну аналітику і навіть демонструвати власну експертність у піднятій проблемі.

Медіаринок. Проводиться **конкурентний аналіз** для виявлення існуючих прогалин. Слід відповісти на запитання: *Які схожі продукти вже є? Чим ваш проєкт буде унікальним (УТП)? Яку нішу він займе?*

Вибір формату, платформи та жанру

Вибір повинен бути обґрунтований результатами аналізу ЦА та ринку (див. Таблиця 8).

Таблиця 8. Обґрунтування вибору формату

Вибір	Обґрунтування	Приклад
Формат	Визначається, як контент буде поданий: мультимедіа (текст, відео, інтерактив), аудіо (подкаст), відео (YouTube, TikTok).	Створення серії дата-журналістських матеріалів, якщо ЦА цінує фактологічну точність.
Платформа	Місце поширення контенту, де перебуває ЦА (Instagram, Telegram, YouTube, окремий вебсайт).	Вибір SMM-стратегії для Instagram, якщо ЦА – молодь.
Жанр	Тип контенту: лонгрід, інтерв'ю, репортаж, пояснювальна журналістика (explanatory journalism).	Створення пояснювального відео для YouTube, якщо тема складна і потребує візуалізації.

4.2. Теоретичне обґрунтування проєкту (Теоретичний розділ КП)

Теоретичний розділ курсового проєкту виконує функцію не дослідження, а методологічного підґрунтя для практичної діяльності. Він займає менший обсяг, ніж у курсовій роботі.

Теоретичний розділ містить опис таких параметрів:

- Визначення концептуальних засад: обґрунтовується вибір ключових принципів, на яких базується проєкт.
- Приклади принципів, що обґрунтовуються:
 - **Newsmaking.** Які критерії новинної цінності застосовуються для відбору тем (наприклад, конфлікт, резонанс, близькість).
 - **Storytelling.** Яку наративну структуру (герой, конфлікт, розв'язка) обрано для контенту.

- **Візуальна комунікація.** Принципи ефективного використання графіки, кольорів, шрифтів та відеоряду, якщо проєкт має візуальну складову.
- **Психологія сприйняття.** Обґрунтування хронометражу, частоти публікацій та tone of voice з точки зору психології аудиторії.

Теоретичне обґрунтування доводить, що проєкт не є випадковим набором ідей, а ґрунтується на фахових знаннях та стандартах.

4.3. Практична реалізація (Проєктний розділ)

Цей розділ детально описує процес створення продукту, його технічні та організаційні аспекти.

Опис етапів створення продукту

Процес повинен бути розбитий на логічні фази (див. *Рис. 5*):

1. **Препродакшн (Підготовка).** Розробка **Технічного завдання (ТЗ)**, створення сценаріїв, пошук локацій/спікерів, розробка візуального стилю (брендбук, логотип).
2. **Продакшн (Виробництво).** Збір матеріалу (зйомка, запис інтерв'ю, написання тексту), монтаж, обробка даних.
3. **Постпродакшн (Фіналізація).** Редагування, коректура, **SEO-оптимізація** (для веб-контенту), публікація.

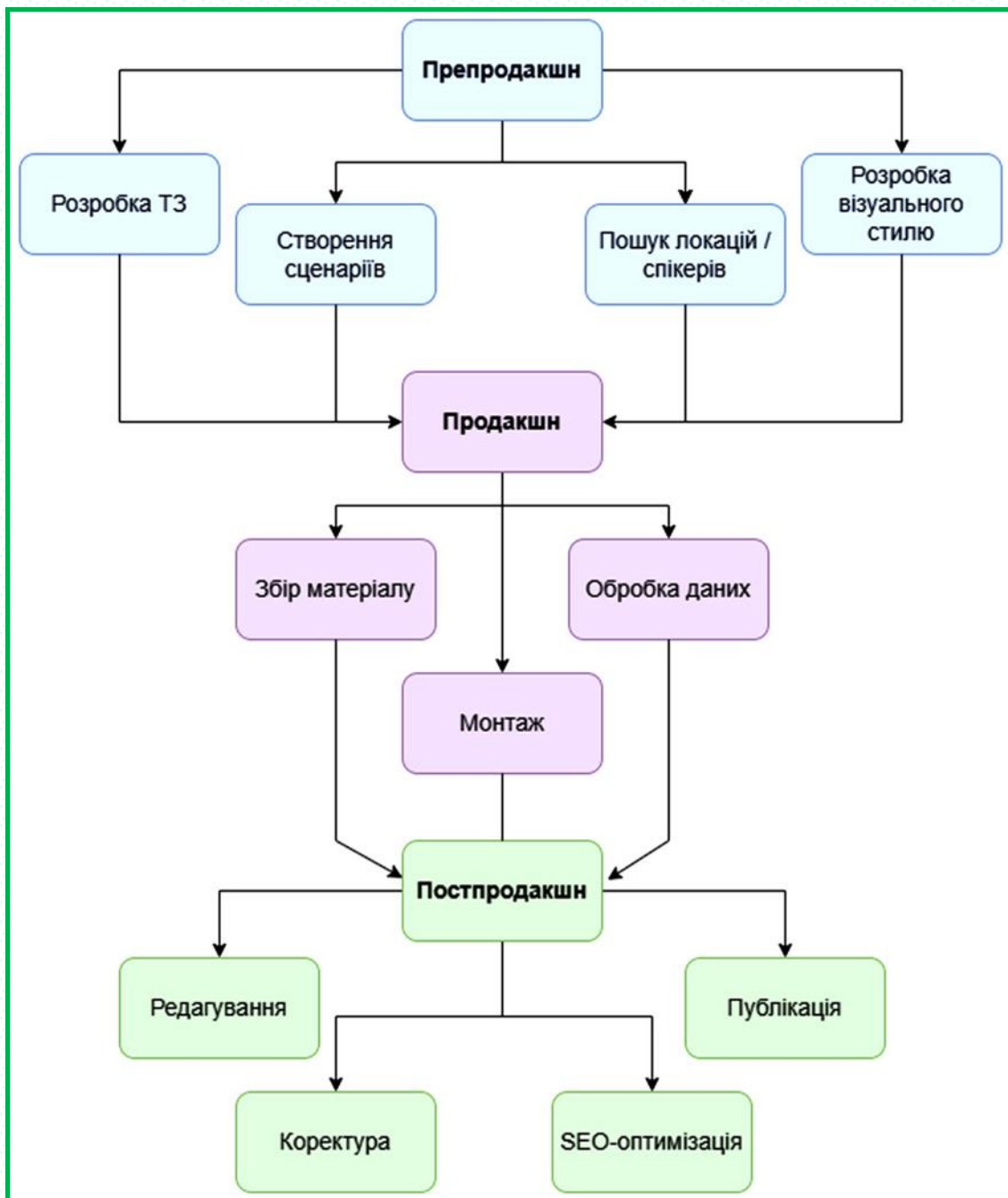


Рис. 5. Процес створення контенту

Технічне завдання (ТЗ), кошторис, план просування

До структури проєктного планування входять: технічне завдання, кошторис і план просування (див. Рис. 6).

ВАЖЛИВО! Ці компоненти не є обов'язковими!

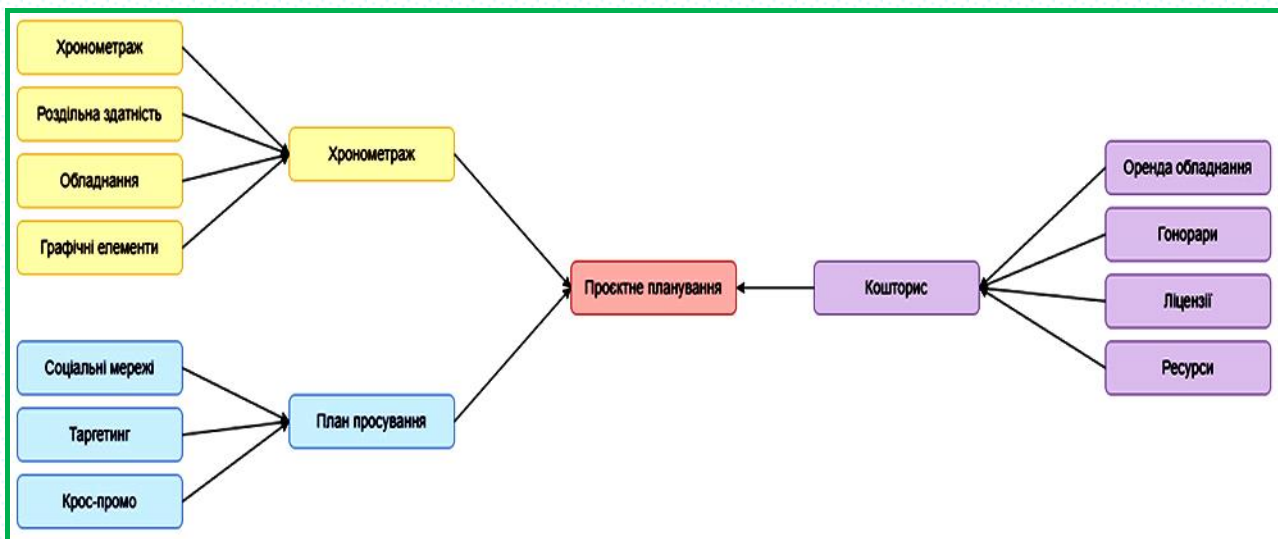


Рис. 6. Елементи проектного планування

- **Технічне завдання (ТЗ).** Детальний документ, що описує вимоги до кінцевого продукту (наприклад, для відео: хронометраж, роздільна здатність, необхідне обладнання, графічні елементи).
- **Кошторис (за потреби).** Оцінка фінансових витрат (оренда обладнання, гонорари, ліцензії на музику/фото). Навіть якщо проект некомерційний, розрахунок ресурсів (часу, людських зусиль) є обов'язковим.
- **План просування (маркетинг).** Опис стратегії виходу на ЦА: використання соціальних мереж, інструменти таргетингу, співпраця з іншими медіа (крос-промо).

Оцінка потенційної ефективності проекту

Вказуються критерії, за якими буде оцінюватися успішність проекту після його запуску (див. Рис. 7):

- **Кількісні показники (KPI):** охоплення, залученість (лайки, коментарі, поширення), час перегляду/прослуховування, приріст підписників.
- **Якісні показники:** зворотний зв'язок аудиторії, соціальний резонанс, відповідність цілям проекту (наприклад, чи змінилося ставлення аудиторії до певної проблеми).

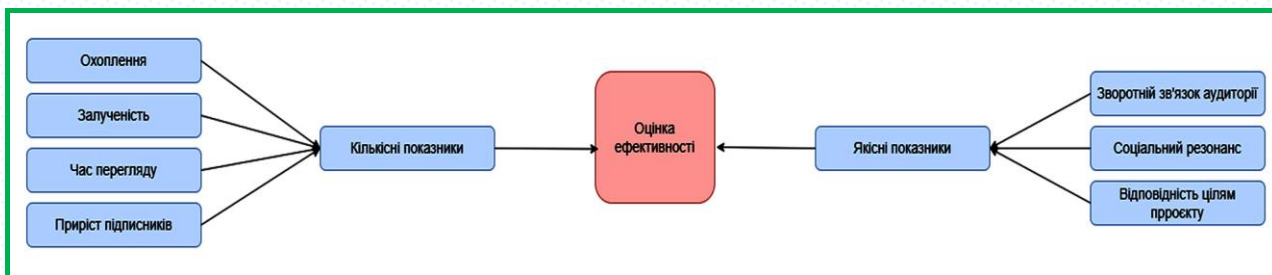


Рис. 7. Оцінка ефективності проєкту

4.4. Додатки курсового проєкту

Додатки є ключовою частиною курсового проєкту, оскільки саме тут розміщується практичний результат роботи.

Вимоги до надання медіапродукту (див. Рис. 8):

- **Текстові матеріали.** Готові тексти статей, розшифровки інтерв'ю, сценарії, контент-плани.
- **Візуальні/Аудіо-матеріали.** Лінки (постійні посилання) на опублікований відео- чи аудіоконтент (на YouTube, Soundcloud, окремому сайті). Якщо продукт не опублікований, надаються його макети, прев'ю, фрагменти.
- **Допоміжні матеріали.** Дизайн-концепції, брендбуки, шаблони SMM-постів, дані аналітики (якщо проводилося тестування).

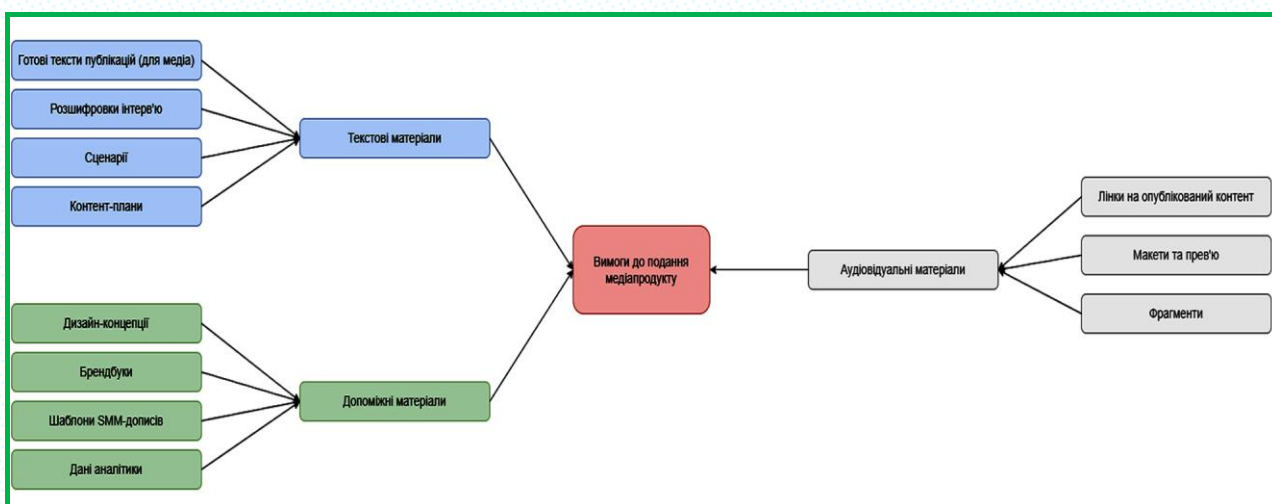


Рис. 8. Вимоги до надання медіапродукту

Медіапродукт, розміщений у Додатках, є прямим доказом виконання студентом поставлених практичних завдань.

РОЗДІЛ 5. ОФОРМЛЕННЯ Й ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ

Якість оформлення курсової роботи / курсового проекту є показником академічної культури та професіоналізму студента. Недотримання стандартів оформлення може призвести до зниження оцінки.

5.1. Вимоги до оформлення тексту

Вимоги до оформлення тексту – у таблиці 9.

Таблиця 9. Вимоги до оформлення тексту

Параметр	Вимога
Шрифт	Times New Roman.
Розмір (кегель)	14 пунктів (пт).
Міжрядковий інтервал	1,5.
Поля	Верхнє та нижнє – 20 мм; Праве – 10 мм; Ліве (для підшивки) – 30 мм.
Абзацний відступ	1,25 см.
Вирівнювання	По ширині (justify).
Нумерація сторінок	Наскрізна. Номер проставляється у правому нижньому куті, починаючи з титульного аркуша, але на самому титульному аркуші та Змісті номер сторінки не проставляється.
Заголовки	Назви розділів друкуються великими літерами, жирним шрифтом, вирівнювання по центру, без крапки в кінці. Назви підрозділів – малими літерами (крім першої), жирним шрифтом, вирівнювання по лівому краю.

Нумерація розділів, підрозділів, пунктів і підпунктів у курсовій роботі здійснюється арабськими цифрами без позначення «№». Титульний аркуш є першою сторінкою роботи й входить до загальної нумерації, однак номер сторінки на ньому не проставляють. Починаючи з наступної сторінки, нумерація розміщується переважно у правому верхньому куті без крапки в кінці, із дотриманням наскрісної нумерації всього документа.

Такі структурні елементи, як зміст, перелік умовних позначень, вступ, висновки та список використаних джерел, не мають порядкових номерів. Аркуші, на яких вони розміщені, нумеруються загальною нумерацією, проте їхні заголовки не містять цифр – недопустимими є варіанти «1. ВСТУП» чи «Розділ 6. ВИСНОВКИ». Заголовок розділу подається після слова «РОЗДІЛ», де вказують його номер без крапки, а сам заголовок друкують з нового рядка.

Номер підрозділу утворюється шляхом поєднання номера розділу та його порядкового номера, розділених крапкою, наприклад: 2.3. (третій підрозділ другого розділу). Після номера ставлять крапку та в тому ж рядку подають назву підрозділу. Пункти нумерують відповідно до структури: номер розділу, номер підрозділу та номер пункту, між якими проставляють крапки, наприклад: 1.3.2. Після номера також ставлять крапку і додають назву пункту, яка може бути відсутня за потреби. Підпункти нумерують за тією ж логікою в межах кожного пункту.

5.2. Робота з цитатами та посиланнями

Дотримання правил цитування є необхідною умовою академічної доброчесності.

Види цитування та оформлення покликань

1. Пряме цитування (дослівне): Береться в лапки, використовується, коли важлива точність формулювання.

2. Непряме цитування (парафраз): Передача думки автора власними словами. Навіть у цьому випадку обов'язкове посилання на джерело.

- *Приклад прямого цитування:* «Фейкові новини активно використовують емоційну лексику» [15, с. 48].

- *Приклад непрямого цитування:* Аналіз показав, що медіаграмотність аудиторії є критичним чинником у боротьбі з пропагандою [7].

У ході підготовки курсової роботи здобувач має посилатися на використані джерела – як на безпосередньо цитовані тексти, так і на праці, з яких запозичено ідеї, положення чи висновки, що стали основою дослі-

дження. Перевагу слід надавати найновішим виданням. Посилання в тексті оформлюють у квадратних дужках, наприклад: [12, с. 387], [Іванченко Н.О., 1995, с. 52], або [Вовчак, 2015; Зубець, 2017]. Якщо посилаються на джерело фактологічного характеру, його зазначають у круглих дужках.

Для аргументації власних положень або для аналітичного розгляду конкретного джерела використовують цитати. Наукова етика передбачає точне відтворення тексту цитати, адже будь-яке довільне скорочення чи зміна формулювання може спотворити зміст оригіналу.

Стандарти бібліографічного опису

Перелік джерел оформлюється відповідно до національного стандарту:

- ДСТУ 8302:2015 "Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання" або інший стандарт, затверджений кафедрою (наприклад, APA).
- Усі джерела у Списку нумеруються та подаються у певному порядку (як правило, алфавітному, або за пріоритетом: законодавство, наукові джерела, публіцистика, веб-ресурси).

Список використаних джерел подається з нової сторінки після розділу «Висновки». Сторінки зі списком літератури нумеруються, але не зараховуються до загального обсягу дипломної роботи.

Бібліографічні описи оформлюються відповідно до чинних стандартів:

- **ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання»;**
- **ДСТУ 3582:2013 «Інформація та документація. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою».**

Список літератури укладається в алфавітному порядку прізвищ авторів або назв джерел. Архівні матеріали та іноземні джерела розміщуються наприкінці списку. Загальна кількість опрацьованих джерел має становити не менше 20, з них щонайменше 5 – іноземними мовами.

Кожен бібліографічний опис подається з нового рядка. Спочатку розміщують літературу українською мовою, далі – іноземною (мовою оригіналу). Прізвище автора наводиться у називному відмінку. Якщо авторів

два-чотири, подають усі у вказаній у виданні послідовності; якщо більше чотирьох – зазначають перших трьох і додають «та інші».

Назву місця видання подають повністю. Опис статті з періодичного видання містить: прізвище та ініціали автора, назву статті, назву журналу, рік, номер і сторінки (наприклад: С. 32–39). Заголовок статті подається у формі, що наведена у самому виданні. Серію зазначають після слова «сер.».

Після прізвища автора ставиться кома та пробіл; між ініціалами також ставиться пробіл: **Мельник В. М.** Усі елементи опису, крім перших слів і заголовків, пишуться з малої літери.

Після заголовка у квадратних дужках зазначають вид матеріалу: [Текст], [Електронний ресурс]. У цій же формі подають запозичені або уточнювальні дані.

В області відповідальності при описі одного автора прізвище повторюється після похилої риски. Якщо авторів два або три, після риски подають усі імена. Якщо авторів більше трьох – після першого автора додають «[та ін.]». У дисертаціях та авторефератах у цій області подають повністю прізвище, ім'я та по батькові. У патентних документах зазначають спочатку прізвище, а потім ініціали.

Знаки «;» і «:» відокремлюють пробілами з обох боків. Пробіли не ставляться у позначенні сторінок (8–10). Наприкінці кожного опису ставиться крапка.

Приклади оформлення наведені у **Додатку В.**

Ілюстрації й таблиці

Ілюстрації слід розміщувати одразу після першої згадки в основному тексті або на наступній сторінці. До основних видів ілюстративних матеріалів належать рисунки, схеми, фотографії, діаграми, графіки тощо. На всі ілюстрації – як власні, так і запозичені – обов'язково подають покликання. Ілюстративний матеріал може бути поданий у основній частині роботи або винесений до додатків.

Таблиці й ілюстрації, розміщені на окремих аркушах, включаються до загальної нумерації сторінок. Таблиці або рисунки, що перевищують формат А4, зараховують як одну сторінку та подають у тексті після першої згадки або в додатках.

Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу (крім тих, що містяться в додатках). Номер ілюстрації складається з номера розділу та її порядкового номера, розділених крапкою, наприклад: «Рис. 1.2» (другий рисунок першого розділу). Під ілюстрацією наводять номер, назву та пояснювальні підписи. Якщо в розділі міститься лише одна ілюстрація, вона нумерується за стандартними правилами.

Матеріали, що подаються у вигляді таблиць, також розміщують одразу після їх першої згадки або на наступній сторінці. На всі таблиці має бути покликання в тексті. Таблиці нумерують послідовно в межах розділу (крім тих, що подані в додатках). У правому верхньому кутку над заголовком таблиці зазначають «Таблиця» та її номер. Номер складається з номера розділу та порядкового номера таблиці, наприклад: «Таблиця 1.2». Якщо таблиця в розділі одна, її нумерація також відповідає загальним правилам.

Якщо таблицю переносять на наступну сторінку, позначення «Таблиця» і її номер подають лише над першою частиною, тоді як над наступними частинами вказують «Продовж. табл. 1.2». Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над таблицею, вирівнюють по центру та подають жирним шрифтом.

5.4. Перевірка на академічну доброчесність

Академічна доброчесність є основоположним принципом підготовки курсової роботи / курсового проекту. Будь-яка форма недоброчесності веде до незадовільної оцінки.

Запобігання плагіату та самоплагіату

- **Плагіат.** Присвоєння авторства на чужі ідеї, текст, зображення без належного посилання на джерело. Усі запозичені думки мають бути оформлені цитуванням або парафразом із посиланням.
- **Самоплагіат.** Повторне використання власних раніше опублікованих чи поданих до захисту текстів (з інших навчальних робіт) без належного посилання. Якщо матеріал повторюється, на нього також необхідно посилатися як на власне джерело [Власне дослідження, 2023].

Вимоги до оригінальності тексту

Курсова робота та курсовий проєкт підлягають обов'язковій перевірці в антиплагіатній системі.

- *Мінімальний поріг оригінальності*: не менше 70–75% оригінального авторського тексту.
- *Виключення*: у відсоток оригінальності не включаються технічні елементи (титульний аркуш, зміст, список літератури) та коректно оформлені цитати.

Здобувач несе особисту відповідальність за достовірність поданих даних та дотримання норм академічної етики.

РОЗДІЛ 6. ЗАХИСТ КУРСОВОЇ РОБОТИ / ПРОЄКТУ

Захист є фінальним етапом роботи, що вимагає не лише знання матеріалу, а й навичок публічного виступу та презентації.

6.1. Підготовка презентації

Презентація повинна бути візуальною підтримкою доповіді, а не її текстовим дублюванням.

Структура слайдів (10–15 слайдів) (див. *Рис. 9*).



Рис. 9. Структура ефективної презентації

Презентація повинна мати чітку логічну послідовність:

1. **Титульний слайд.** Назва роботи, автор, керівник, рік.
2. **Актуальність і мета.** Коротке обґрунтування значущості теми та формулювання головної мети.
3. **Дослідницький апарат (курсова робота).** Об'єкт, предмет, завдання, гіпотеза.

4. **Теоретична база (курсова робота / курсовий проєкт).** Ключові концепції та принципи, на яких ґрунтується робота.

5. **Методологія (курсова робота).** Використані методи (контент-аналіз, опитування) та опис вибірки.

6. **Результати аналізу (курсова робота).** Головні висновки з кожного розділу, представлені у вигляді **графіків, діаграм, таблиць** чи **інфографіки**.

7. **Концепція проєкту (курсний проєкт).** Опис ідеї, цільової аудиторії, обраного формату та платформи.

8. **Практична реалізація (курсний проєкт):** Візуалізація продукту (скріншоти, макети, фрагменти відео/аудіо).

9. **Оцінка ефективності (курсний проєкт).** Прогнозовані або фактичні KPI.

10. **Загальні висновки.** Відповіді на завдання, підтвердження/спростування гіпотези.

11. **Практичне значення та рекомендації.**

12. **Заключний слайд.** Подяка за увагу.

Поради щодо дизайну презентації:

- **Мінімум тексту, максимум візуалізації.** Використовуйте ключові тези, а не повні речення.

- **Контраст і читабельність:** Обирайте світлий фон і темний шрифт (або навпаки). Уникайте складних шрифтів та строкатих фонів.

- **Фірмовий стиль:** Якщо є можливість, використовуйте елементи фірмового стилю ЗВО або кафедри.

- **Якість графіки:** Усі зображення, графіки та діаграми мають бути високої роздільної здатності.

6.2. Регламент та особливості доповіді

Доповідь має бути чіткою, лаконічною та повністю відповідати матеріалу презентації.

Як структурувати виступ (5–7 хвилин). Час на доповідь, як правило, обмежений **5-7 хвилинами**. Це вимагає концентрації на головному:

1. Вступ (1 хвилина). Привітання, оголошення теми, мети та завдань.

2. Основна частина (3–4 хвилини):

- *Курсова робота:* Стислий опис методології та **ключових результатів аналізу**. Наголос робиться на новизні та виявлених закономірностях.
- *Курсовий проєкт:* Презентація **концепції** та **результату реалізації** (продукт). Обґрунтування унікальності та практичної цінності.

3. Висновки (1 хвилина). Узагальнення, підтвердження гіпотези та практичні рекомендації.

Важливо! Не варто читати текст зі слайдів чи роботи. Слід говорити вільно, використовуючи слайди як опору.

Таблиця 10. Акценти для курсової роботи та курсового проєкту

Тип роботи	Головний акцент доповіді	Що потрібно продемонструвати
Курсова робота	Наукова новизна та емпіричні дані.	Встановлені зв'язки між явищами, статистика, яка підтверджує або спростовує гіпотезу.
Курсовий проєкт	Практична цінність та реалізований продукт.	Візуалізація проєкту (демонстрація макету, відеофрагмента, SMM-постів), унікальність ідеї та готовність до впровадження.

6.3. Відповіді на запитання

Етап запитань і відповідей демонструє глибину розуміння теми та готовність до професійної дискусії.

Етика спілкування з комісією:

- **Ввічливість і повага:** Звертатися до членів комісії коректно.
- **Уважність:** Уважно вислуховувати запитання, не перебиваючи.

Якщо питання незрозуміле, попросити уточнити.

➤ **Впевненість:** Відповідати чітко, аргументовано та по суті питання, не відходячи далеко від теми.

➤ **Визнання обмежень:** Якщо відповідь невідома, краще чесно визнати, що цей аспект залишився поза межами дослідження, аніж давати некомпетентну відповідь.

Типові запитання та підготовка аргументованих відповідей

Готовність до стандартних запитань допомагає зберегти спокій під час захисту (див. *Таблиця 11*).

Таблиця 11. Приклади типових запитань

Тип запитання	Мета запитання	Приклад відповіді (загальний)
Про методологію	Перевірка обґрунтування методів.	«Для дослідження було обрано метод контент-аналізу, оскільки він дозволяє кількісно виміряти представленість (наприклад, фейкових наративів), що було ключовим завданням».
Про гіпотезу	Перевірка основного висновку.	«Наша гіпотеза була підтверджена / була спростована . Аналіз показав, що... Це свідчить про необхідність...»
Про практичне значення	Перевірка застосовності результатів.	«Результати роботи можуть бути використані редакцією X для коригування контент-стратегії або впровадження нових жанрів , які були ідентифіковані як ефективні».
Про критику/альтернативи	Перевірка критичного мислення.	«Хоча метод експертного інтерв'ю має певні суб'єктивні обмеження, його було обрано для отримання глибинного розуміння процесів, що неможливо досягти кількісними методами».
Про курсовий проєкт	Перевірка життєздатності проєкту.	«Ми обрали платформу TikTok, оскільки саме там знаходиться наша цільова аудиторія (18–25 років) , а формат коротких відео дозволяє ефективно доносити інформацію, незважаючи на низьку медіаграмотність цієї групи».

6.4. Критерії оцінювання

Критерії оцінювання курсової роботи

Рейтингова оцінка	Оцінка ECTS	Національна оцінка	Критерії оцінювання курсової роботи з журналістики
90–100	A	відмінно	Висока ступінь обґрунтування актуальності теми; логічна структура та системний виклад; ґрунтовне володіння категоріально-понятійним апаратом журналістикознавства; чітке формулювання мети, завдань, об'єкта й предмета; коректне застосування методів дослідження; якісне аналітичне опрацювання джерел; переконливі висновки, що відповідають завданням; оригінальні елементи дослідницького підходу; дотримання вимог академічної доброчесності; бездоганне оформлення; впевнений, логічний і стислий захист роботи.
82–89	B	дуже добре	Загалом відповідає критеріям рівня A, але присутні незначні недоліки у структурі, оформленні або під час усного захисту, що не впливають на загальний рівень виконання роботи.
75–81	C	добре	Достатнє обґрунтування актуальності; послідовний виклад; достатній рівень володіння термінологією; наявність аналізу джерел, хоча окремі висновки можуть бути недостатньо переконливими; можливі неточності під час захисту; окремі недоліки в оформленні; дотримання принципів академічної доброчесності; стиль викладу може мати незначні недопрацювання.
67–74	D	задовільно	Нечітке або поверхове обґрунтування актуальності; недостатня системність; окремі теоретичні положення подані посередньо; слабка аргументація; низький рівень аналітичної частини; помилки у структурі; порушення вимог оформлення; помітні труднощі під час захисту; використання термінології непослідовне.
60–66	E	достатньо	Відповідає рівню D, однак виявлені істотні недоліки у змісті або оформленні; ознаки компілятивності; обмежений рівень аналітики; слабкі або фрагментарні відповіді на запитання.

Рейтингова оцінка	Оцінка ECTS	Національна оцінка	Критерії оцінювання курсової роботи з журналістики
35–59	FX	незадовільно (з можливістю повторного складання)	Неповне розкриття теми; низький рівень теоретичних та аналітичних компонентів; відсутність логічності; значні порушення методичних вимог; відсутність аргументованості; слабе володіння матеріалом; численні помилки; потребує доопрацювання.
34 і менше	F	незадовільно (із обов'язковим доопрацюванням)	Робота не відповідає вимогам до виконання та захисту; відсутня логіка, науковість, аргументованість; здобувач не здатен захистити роботу; грубі порушення академічної доброчесності можливі; необхідна повна переробка.

Критерії оцінювання курсового проєкту

Рейтингова оцінка	Оцінка ECTS	Національна оцінка	Критерії оцінювання курсового проєкту з журналістики
90–100	A	відмінно	Високий рівень творчої концепції; інноваційність і оригінальність; відповідність стандартам журналістики; глибоке опрацювання теми та джерел; якісний продакшн (аудіо/відео/текст/візуалізація); професійний сторітелінг; структурна завершеність проєкту; коректність фактів; етичність; відмінна технічна реалізація; грамотне оформлення пояснювальної записки; переконливий захист.
82–89	B	дуже добре	Відповідає рівню A, але є дрібні недоліки у продакшні, структурі, логіці, або під час захисту; окремі технічні або стилістичні неточності.
75–81	C	добре	Чітка концепція, але не всі елементи достатньо розкриті; інколи слабка аналітика; середній рівень технічної реалізації; одиничні порушення стандартів журналістики; оформлення містить незначні недоліки; захист загалом успішний, але з неточностями.

Рейтингова оцінка	Оцінка ECTS	Національна оцінка	Критерії оцінювання курсового проєкту з журналістики
67–74	D	задовільно	Недостатня глибина розкриття теми; відчутні недоліки у структурі або технічній реалізації; окремі порушення стандартів журналістики; недостатня якість джерел; неточності у фактах; слабка аргументація під час захисту; проблеми з оформленням.
60–66	E	достатньо	Мінімально прийнятний рівень виконання; значні технічні або змістові недоліки; фрагментарність; ознаки шаблонності; слабкі відповіді під час захисту; відчутні порушення вимог до оформлення проєкту.
35–59	FX	незадовільно (з повторним складанням)	Неповна, неякісна або неоригінальна робота; серйозні змістові й технічні помилки; непридатність проєкту до практичного застосування; суттєві порушення стандартів журналістики; аргументація відсутня; значні недоліки оформлення; потребує доопрацювання.
34 і менше	F	незадовільно (із обов'язковим доопрацюванням)	Проект не відповідає базовим вимогам; відсутня логіка, концепція, аналітика або технічна реалізація; здобувач не здатен захистити проєкт; порушення етики чи академічної доброчесності можливі; проєкт необхідно виконувати заново.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Волковинський О. С. Права людини та медіадіяльність. *Збірник навчальних програм викладачів та викладачок журналістики* / за ред. Шендеровського К. Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2018. С. 135–138.
2. Волковинський О. С. Провідні художньо-публіцистичні жанри : навчальний посібник. Кам'янець-Подільський : ТОВ «Друкарня Рута», 2014. 96 с.
3. ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. URL : https://kubg.edu.ua/images/stories/podii/2017/06_21_posylannia/dstu_8302.pdf
4. Журналістика: підручник / Маєр К. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022.
5. Журналістика : посібник / Рус-Моль Ш., Шульц Т. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2025.
6. Закон України «Про інформацію». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
7. Кодекс професійної етики українського журналіста (Прийнятий на Х з'їзді Національної спілки журналістів України, квітень 2002 року).
8. Колупаєва О. М. Практикум з «Режисури». Кам'янець-Подільський : ТОВ «Друкарня «Рута»», 2017. 112 с.
9. Конструктор вправ. Збірник практичних завдань з інфомедійної грамотності, інтегрованої до фахової підготовки студентів журналістів : збірник практичних завдань / відп. ред. та упоряд. Будівська Г., Дуцик Д., Тараненко О. Київ : IREX, 2022. URL : <https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/konstruktor-vprav-irex/pro-posibnyk/>
10. Курсова робота з методики навчання української мови та української літератури : навчально-методичний посібник [Електронний ресурс] / укладач А. С. Попович. Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2024. 112 с. URL : <http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/8162>
11. Методичні рекомендації з підготовки та захисту кваліфікаційних робіт для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за

освітньо-професійною програмою «Журналістика» спеціальності 061 Журналістика галузі знань 06 Журналістика / [упорядники: О. С. Волковинський, Н. А. Загоруйко, О. М. Колупаєва, О. В. Лівіцька, І. А. Насмінчук, О. І. Почапська]. Кам'янець-Подільський, 2021. 48 с.

12. Почапська О. І. Інформаційні жанри : навч.-метод. посіб. Кам'янець-Подільський : Видавець ПП Зволейко Д. Г., 2013. 104 с.
13. Почапська О. І. (Не)безпека в цифровому світі : навчальний посібник. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2024. 59 с. URL : http://elar.kpnu.edu.ua:8081/xmlui/bitstream/handle/123456789/8092/NeBezpeka_v_cifrovom_sviti_posibnyk.pdf?sequence=1
14. Почапська О. І. Українська сатирична публіцистика Наддніпрянщини періоду національно-визвольних змагань 1917-1921 рр. : монографія. Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2009. 160 с.
15. Почапська-Красуцька О. І. Історія української журналістики : навч.-метод. посіб. Кам'янець-Подільський : ПП Зволейко Д. Г., 2012. 248 с.
16. Приступенко Т. О. Правові засади функціонування сучасних засобів масової комунікації України. Київ: КНУ ім. Т. Шевченка, 2000. 250 с.
17. Шейко В. М. Кушнарєнко Н. М. Організація та методика науководослідницької діяльності : підручник. 3-є вид., стер. Київ : Знання-Прес, 2003. 295 с.

ДОДАТКИ

Додаток А. Зразок оформлення титульного аркуша

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Навчально-науковий інститут української філології та журналістики
Кафедра журналістики

КУРСОВА РОБОТА

З _____
(назва дисципліни)

на тему: _____

Студента(ки) _____ курсу _____ групи

спеціальності _____

(прізвище та ініціали)

Керівник _____

(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Кількість балів _____

Національна шкала _____

Оцінка ECTS _____

Члени комісії :

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

м. Кам'янець-Подільський, 20____

Додаток Б. Зразок оформлення змісту

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ І. НАЗВА РОЗДІЛУ	7
1.1 Назва підрозділу	7
1.2 Назва підрозділу	9
Висновки до розділу.....	13
РОЗДІЛ ІІ. НАЗВА РОЗДІЛУ	14
2.1 Назва підрозділу	14
2.2 Назва підрозділу	18
Висновки до розділу.....	22
ВИСНОВКИ	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	25
ДОДАТОК А.....	27

Додаток В. Оформлення списку використаних джерел

Тип джерела	Правило оформлення	Приклад оформлення
Книга (один автор)	Прізвище, Ініціали. Назва книги. Місто: Видавництво, рік.	Забужко, О. Планета Полин. Київ: Комора, 2021.
Книга (два автори)	Прізвище, І., Прізвище, І. Назва книги. Місто: Видавництво, рік.	Літера, І., Мельник, О. Основи медіаграмотності. Київ: Лабораторія, 2020.
Книга (3+ автори)	Назва книги / за ред. І. Прізвище. Місто: Видавництво, рік.	Мас-медіа в умовах війни / за ред. В. Горбатенка. Львів: Астролябія, 2023.
Колективна монографія / розділ у книзі	Автор розділу. Назва розділу. У: Редактор (ред.), Назва книги. Місто: Видавництво, рік, сторінки.	Сидоренко, Т. Динаміка новинних форматів. У: Ковальчук, Н. (ред.), Медіатрансформації ХХІ ст. Київ: Смолоскип, 2022, с. 57–74.
Наукова стаття (друкована)	Автор. Назва статті. Назва журналу, номер, рік, сторінки.	Пархоменко, Д. Цифрові медіа та суспільство. Журналістика, №3, 2021, с. 22–30.
Наукова стаття (з DOI)	Автор. Назва статті. Назва журналу, рік. DOI	Fischer, M. Crisis communication in digital era. Journal of Media Studies, 2023. https://doi.org/10.2456/jms.2023.12
Стаття у зарубіжному журналі	Автор. Назва статті. Назва журналу, т., №, рік, сторінки.	Johnson, R. War reporting practices. Media Today, vol. 12, no. 2, 2022, pp. 101–115.
Матеріали конференцій	Автор. Назва доповіді. У: Назва конференції, місто, рік, сторінки.	Гнатюк, М. Пропаганда в умовах гібридної війни. У: Конференція «Медіапростір 2023», Харків, 2023, с. 35–41.
Тези доповідей	Автор. Назва тез. Назва збірника, рік, сторінки.	Кравець, І. Інфографіка у новинах. Тези конференції молодих учених, 2022, с. 14–16.
Онлайн-ресурс (стаття)	Автор або організація. Назва матеріалу. Рік. URL (дата звернення).	Internews. Media resilience report. 2023. https://internews.org (дата звернення: 12.11.2025).
Новинна стаття онлайн	Автор. Назва статті. Назва видання, дата. URL	Troyan, L. Ukrainian media landscape. BBC News, 14.09.2024. https://bbc.com/article12345
Документ установи / організації	Установа. Назва документа. Рік.	ЮНЕСКО. Journalism Education Guidelines. 2021.

Тип джерела	Правило оформлення	Приклад оформлення
Законодавчий акт України	Назва акта, номер, дата. Місто: орган публікації.	Закон України «Про медіа», №1234-IX від 10.12.2022. Київ: ВРУ.
Міжнародний акт / норматив	Назва документа. Орган, рік.	Universal Declaration of Human Rights. UN, 1948.
Інтерв'ю (отримане особисто)	Прізвище, Ініціали. Тип матеріалу, дата запису.	Марченко, О. Інтерв'ю, 02.10.2024.
Відео (YouTube)	Автор/канал. Назва відео. Рік. URL (дата звернення).	DW News. How media change in wartime. 2023. https://youtu.be/xxxxx (дата звернення: 15.11.2025).
Соціальні мережі	Автор. Текст допису (до 20 слів). Соцмережа, дата. URL	Zelenskyy, V. Address to journalists. Facebook, 22.08.2024. https://facebook.com/
Електронна книга (e-book)	Автор. Назва. Місто: Видавництво, рік. URL	Harari, Y. 21 Lessons for the 21st Century. London: Penguin, 2018. https://ebooks.com
Енциклопедія (стаття)	Автор (якщо є). Назва статті. Назва енциклопедії, рік.	McQuail, D. Communication theory. Encyclopedia of Media, 2020.
Дисертація / дипломна / курсова	Автор. Назва роботи. Тип роботи, установа, рік.	Бондар, Ю. Медіапросвіта молоді. Дисертація, КНУ, 2022.
Архівні документи	Установа. Назва фонду, опис, справа.	ЦДАВО. Ф. 1234, оп. 2, спр. 56.
Статистика / звіти	Організація. Назва звіту. Рік. URL	Reuters Institute. Digital News Report. 2023. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk
Подкаст	Автор/канал. Назва випуску. Подкаст, дата. URL	The Media Lab. War reporting today. Podcast episode, 11.11.2023. https://podcast.com/

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

Навчальне електронне видання

**ВІД ІДЕЇ ДО ЗАХИСТУ:
НАПИСАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ
ТА СТВОРЕННЯ МЕДІАПРОЄКТУ**
НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК

Електронне видання

Укладач

ПОЧАПСЬКА Оксана Іванівна,

*кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри журналістики
Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка,
медіатренер, член Національної спілки журналістів України,
член Національної спілки письменників України, член Національної спілки
краєзнавців України*

Підписано 19.02.2026. Гарнітура «Arial».
Об'єм даних 2,9 Мб. Обл.-вид. арк. 2,3. Зам. № 1225.

Видавець і виготовлювач Кам'янець-Подільський національний університет
імені Івана Огієнка, вул. Огієнка, 61, м. Кам'янець-Подільський, 32300
Свідоцтво про внесення до державного реєстру суб'єктів видавничої справи
серії ДК № 3382 від 05.02.2009 р.