

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« 11 » 09 2019 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Основи digital індустрії: Виробництво та просування контенту

для студентів

Спеціальності *061 Журналістика*

Освітнього рівня *першого (бакалаврського)*

Освітньої програми *“Реклама і зв'язки з громадськістю”*

Київ-2019

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти

Протокол № 1799/19
(підпис) (прізвище, ім'я) Жильцов
« 11 » 09 2019 р.

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« 29 » 11 2018 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Основи digital індустрії: Виробництво та просування контенту

для студентів

Спеціальності *061 Журналістика*

Освітнього рівня *першого (бакалаврського)*

Освітньої програми *“Реклама і зв'язки з громадськістю”*

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти

Програма № 1274/18

Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)

« 29 » 11 20 18 р.

Київ-2018

Розробники:

Шиян Віктор Олександрович, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Викладачі:

Шиян Віктор Олександрович, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від 30 серпня 2018 року № 1

Завідувач кафедри Новохатько Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю

01 11 2018 року

Гарант освітньо-професійної програми Новохатько Л. М. Новохатько

Робочу програму перевірено

05 11 2018 р.

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Росінська О. А. Росінська

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № Новохатько

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__» __ 20__ р., протокол № _____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	вибіркова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	3/90	-
Курс	2	-
Семестр	3	-
Кількість змістових модулів з розподілом	2	-
Обсяг кредитів	3	-
Обсяг годин, в тому числі:	90	-
Аудиторні	42	-
Модульний контроль	6	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	42	-
Форма семестрового контролю	Частина комплексного іспиту	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни “Основи digital індустрії: Виробництво та просування контенту” є вивчення студентами базових знань про виробництво та просування контенту, що дозволяє орієнтуватися в рекламних стратегіях бізнесу, соціальної сфери, інноваційних технологій, в питаннях отримання, обробки, інтерпретації необхідної для рекламної діяльності інформації щодо підготовки змісту та оформлення рекламних повідомлень, створення різних видів контенту та оцінки ефективності рекламної діяльності.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати *інтегральну компетентність*: здатність виконувати складні спеціалізовані завдання в галузі digital індустрії, що передбачає вивчення основних типів контенту, вимог до складу інформації, її змісту для забезпечення ефективності комунікаційної діяльності; вміння критично оцінювати і розв’язувати стратегічні завдання рекламної діяльності шляхом їх образної демонстрації у формі спеціальних контенту; здатність застосовувати традиційні та сучасні інформаційні технології у процесі виробництва та просування контенту;

- розвивати *загальні компетентності* такі, як набуття творчої компоненти світогляду, переконань, уподобань, поглядів щодо суспільного буття; художньо-образного мислення; здатність до емоційно-образного рішення; розвиток; розуміння та дотримання морально-етичних норм і цінностей, сформованість загальної культури, морально-етичних якостей;
- розвивати *фахові компетентності* спеціальності:
 - розуміння загальних закономірностей виробництва і просування контенту у практичному застосуванні;
 - знання норм правового регулювання контенту у вітчизняному та міжнародному мультимедійному просторі;
 - знання головних різновидів контенту та уміння враховувати їх при виробництві та просуванні;
 - володіння сучасними тенденціями створення контенту та обрання ефективних шляхів його просування;
 - володіння технологіями вивчення аудиторії споживання контенту, обробки результатів дослідження аудиторії з використанням сучасних статистичних програмних продуктів;
 - розроблення стратегії виробництва та просування контенту;
 - вміння створювати власні текстові, фото та відео контенти;
 - уміння просувати контент в ЗМІ;
 - володіння методиками оцінювання ефективності створеного контенту.

Фахові компетентності формуються у Центрі мультимедійних технологій Інституту журналістики Університету Грінченка.

3. Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання:

- знати загальні закономірності виробництва і просування контенту у практичному застосуванні;
- знати норми правового регулювання контенту у вітчизняному та міжнародному мультимедійному просторі;
- знати головні різновиди контенту та уміти враховувати їх при виробництві та просуванні;
- володіти сучасними тенденціями створення контенту різного формату та обрання ефективних шляхів його просування;
- володіти технологіями вивчення аудиторії споживання контенту, обробки результатів дослідження аудиторії з використанням сучасних статистичних програмних продуктів;
- розробляти стратегії виробництва та просування контенту;
- створювати власні текстові, фото та відео контенти;

- просувати контент в ЗМІ;
- володіти методиками оцінювання ефективності створеного контенту.
- прогнозувати основні напрями розвитку контент-маркетингу.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин					Самостійна робота	Модульна контроль- льна	Підсумко- вий
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Семінарських	Практичних			
Змістовий модуль I. Виробництво контенту									
1	Сутність та види контенту	20	10	4	2	4	10		
2	Методи та принципи виробництва контенту	34	16	4	2	10	20		
	Модульна контрольна робота	4						4	
	<i>Разом</i>	60	26	8	4	14	30	4	
Змістовий модуль II. Просування контенту									
3	Методи та принципи просування контенту	18	10	4	2	4	8		
4	Технічні засоби для просування контенту	10	6	2	2	2	4		
	Модульна контрольна робота	2						2	
	<i>Разом</i>	30	18	6	4	6	12	2	
МПК									
	Всього за навчальним планом	90	48	14	8	20	42	6	

5. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Виробництво контенту

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ ТА ВИДИ КОНТЕНТУ

Основні положення про види контенту: текстового, відео, фото формату. Особливості сприйняття контенту користувачами. Самостійна цінність контенту. Зміцнення лояльності до бренду. Отримання нових корисних знайомств. Можливості контенту для компаній. Карта інформаційних потреб цільової аудиторії. Ознаки цінного контенту. Гармонічне поєднання контенту веб сайту та сторінок у соціальних мережах. Поняття контент-стратегії. Особливості он-лайн текстів. Оптимальні обсяги текстового контенту. Дослідження та статистика швидкості читання он-лайн тексту. Поняття унікальності тексту. Структура портрету власного читача. Основні побажання он-лайн читача до контенту. Класична структура статті. Поняття ключових слів, їх види та принципи побудови. Вплив ключових слів та унікальності контенту на позиції веб сторінки у пошукових мерах. Основні вимоги та рекомендації пошукових систем до сучасного контенту. SEO копірайтинг – основні рекомендації, поради, дослідження ефективності. Доступність контенту та особливості наукових текстів. Новини, як різновид контенту. Тематичні новини. Види новинних текстів. Специфіка контенту для розміщення на форумах. Відео контент: його особливості та переваги. Відео огляди товарів та послуг. VR та AR контент. Особливості підготовки та створення інтерв'ю. Рекомендація для успішного інтерв'ю з експертом. Інфографіка, як вид контенту. Рекомендації щодо створення якісної інфографіки.

ТЕМА 2. МЕТОДИ ТА ПРИНЦИПИ ВИРОБНИЦТВА КОНТЕНТУ

Методи розробки текстового, відео, фото контенту. Принципи виробництва контенту. Етапи виробництва контенту. Підготовка до створення матеріалів. Дослідження аудиторії, яка сприймає контент. Створення статусу експерту. Розробка контент-стратегії для блогу комерційної компанії, новинного сайту, сторінок у соціальних мережах Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Pinterest та інших. Рекомендації щодо покращення читабельності тексту. Створення портрету власного читача: визначення улюблених тем, інформаційних труднощів, вимог до контенту, цінностей в контенті, моніторинг поведінки читача в інтернеті. Підхід до розробки структури статті. Методи доказу власної думки в статті. Підхід до розробки списку ключових слів, за якими цільова аудиторія здійснює пошук інформації. Особливості виробництва SEO текстів з метою їх успішного ранжування у пошукових мережах. Техніки та прийому виділення ключових слів у тексті. Види входження ключових слів у текст: точне, чисте, пряме, розбавлене, відмінюване, географічне, синонімічне, входження з

помилкою, входження з іноземними словами, перевернуте та комбіноване входження. Визначення тем, для створення статті. Дотримання рекомендованих обсягів статті. Застосування питальних слів в контенті. Принципи створення цікавих заголовків. Використання техніки НЛП в копірайтингу. Способи та методи скорочення тексту. Редакторські рекомендації з написання текстів. Правила написання цифр, чисел, номерів. Методи швидкого написання текстів. Використання веб сервісів з метою пошуку ідей для написання текстів. Вебінари, як спосіб донесення важливої інформації.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.

Просування контенту

ТЕМА 3. МЕТОДИ ТА ПРИНЦИПИ ПРОСУВАННЯ КОНТЕНТУ

Огляд площадок для розміщення контенту. Вплив контенту на користувачів веб-платформ. Методи розповсюдження контенту. Психологічні чинники, щодо сприйняття контенту на різних платформах. Прискорення кількості відвідувачів ресурсу. Залучення клієнтів. Збільшення аудиторії лояльних клієнтів та послідовників. Застосування форумів з метою просування контенту. Поняття та можливості гостьового посту. Організація вебінарів. Методи написання коментарів у блогах, новинних ресурсах та сторінках соціальних мереж. Просування контенту у співтовариствах соціальних мереж. Особливості просування контенту у соціальних мережах Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Pinterest та інших. Просування контенту віртуальної реальності. Особливості сприйняття користувачами соціальних мереж Facebook та YouTube контенту віртуальної реальності. Просування покрокових керівництв, класифікацій, тематичних словників, рецензій та оглядів, досліджень з фактами та цитатами. Методи та принципи просування рекламного контенту без самостійної цінності. Просування фотоконтенту. Зображення для товарів інтернет-магазинів. Просування зображень товарів у соціальних мережах. Просування зображень у пошуку Google. Просування інфографіки на спеціалізованих майданчиках.

ТЕМА 4. ТЕХНІЧНІ ЗАСОБИ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ КОНТЕНТУ

Огляд систем адміністрування веб-сайтів, що дозволяють розміщувати різні види контенту. Технічні можливості для створення власного блогу. Можливості соціальних мереж для розміщення та просування контенту. Технічні засоби для перевірки унікальності тексту. Веб сервіси, що дозволяють перевіряти наявність схожих зображень. Сервіси, що дозволяють організувати та проводити вебінари. Технічні вимоги для проведення вебінарів. Огляд он-лайн сервісів для створення та просування інфографіки. Сервіси, що допомагають створювати та просувати текстовий контент. Програми та сервіси e-mail розсилок. Сервіси для

автоматичного постингу у соціальних мережах. Ресурси, що дозволяють моніторити інформацію в інтернеті. Каталоги сайтів та сервіси для масової розсилки новин та прес-релізів.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	4	4	3	3
Відвідування семінарських занять	1	2	2	2	2
Відвідування на практичному занятті	1	7	7	3	3
Робота на семінарському занятті	10	2	20	2	20
Робота на практичному занятті	10	7	70	3	30
Лабораторна робота					
Виконання завдань для самостійної роботи	5	5	25	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ					
<i>Разом</i>			153		93
Максимальна кількість балів	251				
Розрахунок коефіцієнта	$246 : 60 = 4,1$ Студент отримав за результатами поточної роботи 238 балів Оцінка до іспиту: $238:4,1 = 58$ балів				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль І. Виробництво контенту

Самостійна робота 1. Тема 1. Сутність та види контенту.

1. Проаналізувати блоги найбільш відомих комерційних компаній.
2. Визначити, який контент є найбільш популярним.

Самостійна робота 2. Тема 1. Сутність та види контенту.

1. Проаналізувати сторінки в соціальних мережах найбільш відомих комерційних компаній.

2. Визначити, який контент є найбільш популярним.

Самостійна робота 3. Тема 2. Методи та принципи виробництва контенту.

1. Створити текстовий контент для уявної компанії за рекомендаціями, отриманими на парах.
2. Підготувати презентацію з поясненням методів, використаних при розробці контенту.

Самостійна робота 4. Тема 2. Методи та принципи виробництва контенту.

1. Створити зображення рекламного характеру для уявної компанії за рекомендаціями, отриманими на парах.
2. Підготувати презентацію з поясненням методів, використаних при розробці контенту.

Самостійна робота 5. Тема 2. Методи та принципи виробництва контенту.

1. Створити відео контент для уявної компанії за рекомендаціями, отриманими на парах.
2. Підготувати презентацію з поясненням методів, використаних при розробці контенту.

**Змістовий модуль II.
Просування контенту**

Самостійна робота 6. Тема 3. Методи та принципи просування контенту.

1. Визначити веб-ресурси, які підходять для розміщення створеного контенту.
2. Зв'язатися із адміністраторами та дізнатися про можливості розміщення контенту.

Самостійна робота 7. Тема 4. Технічні засоби для просування контенту.

1. Проаналізувати веб-сервіси, які дозволяють оброблювати контент.
2. Зареєструватись та спробувати обробити контент, створений на практичних заняттях.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом у вигляді електронного документу або письмової форми.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем у робочій програмі. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають використання набутих теоретичних знань та практичних навичок.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 2, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Критерії оцінювання:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теоретичних знань та практичних навичок, отриманих у процесі вивчення навчальної дисципліни;
- 2) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 3) уміння наводити приклади з практики контент-маркетингу;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;
- 5) повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально у 25 балів.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі комплексного іспиту в 5-му семестрі, і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу в повному обсязі

6.5. Орієнтований перелік питань для семестрового контролю

1. Види контенту.
2. Особливості текстового контенту.
3. Особливості фото контенту.
4. Особливості відео контенту.
5. Карта інформаційних потреб цільової аудиторії.
6. Цінність та унікальність контенту.
7. Структура портрету споживача контенту.
8. Структура статті.
9. SEO копірайтинг.
10. Роль ключових слів у ранжуванні сайту в пошукових мережах.
11. Правила створення гостьового посту.
12. Види новинних текстів.
13. Інфографіка, як вид контенту.
14. Етапи виробництва контенту.

15. Контент-стратегія.
16. Використання техніки НЛП в копірайтингу.
17. Особливості організації вебінарів.
18. Особливості просування контенту у соціальних мережах.
19. Системи адміністрування веб-сайтів.
20. Можливості соціальних мереж для розміщення та просування контенту.
21. Ефективність e-mail розсилки.
22. Різновиди макетів для e-mail розсилки.
23. Інтерв'ю, як вид контенту.
24. Правила створення інтерв'ю.
25. Блог, як площадка для розміщення контенту.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

7. Навчально-методична карта дисципліни "Виробництво та просування контенту"

Разом: 90 год., лекції – 14 год., семінарські заняття – 8, практичні заняття – 20 год., самостійна робота – 42 год., модульний контроль – 6 год.

Модуль		Змістовий модуль I	
Назва модуля		Виробництво контенту	
К-сть балів за модуль		153	
Лекції	1	2	
Теми лекцій	Тема 1. Сутність та види контенту	Тема 2. Методи та принці виробництва контенту	
Відвідування лекцій	2 бала	2 бала	
Семінарські заняття	1	2	
Теми семінарських занять	Тема 1. Сутність та види контенту	Тема 2. Методи та принці виробництва контенту	
Відвідування семінарських занять	1 бал	1 бал	
Робота на семінарських заняттях	10 балів	10 балів	
Практичні заняття	1	2	

Теми практичних занять (II)	Тема 1. Сутність та види контенту	Тема 2.. Методи та принципи виробництва контенту
Відвідування практичних занять	2 бал	5 бали
Робота на практичних заняттях	20 балів	50 балів
Самостійна робота	СР №1, СР №2 10 балів	СР №3, СР №4, СР №5 15 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота №1 (25 балів)	
Модуль	Змістовий модуль II	
Назва модуля	Просування контенту	
К-сть балів за модуль	93	
Лекції	3	4
Теми лекцій	Тема 3. Методи та принципи просування контенту	Тема 4. Технічні засоби просування контенту
Відвідування лекцій	2 бал	1 бал
Семінарські заняття	3	4
Теми семінарських	Тема 3. Методи та принципи просування контенту	Тема 4. Технічні засоби просування контенту

заняць					
Відвідування семінарських занять	1 бал		1 бал		
Робота на семінарських заняттях	10 балів		10 балів		
Практичні заняття	4		5		
Теми практичних занять (II)	Тема 4. Методи та принципи просування контенту		Тема 5. Технічні засоби для просування контенту		
Відвідування практичних занять	2 бал		1 бал		
Робота на практичних заняттях	20 балів		10 балів		
Самостійна робота	СР №3 5 балів		СР №4 5 балів		
Види погочного контролю	Модульна контрольна робота №2 (25 балів)				
Підсумковий контроль	Комплексний іспит				

ВСЬОГО 246

8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

1. Lee Odden. How to Attract and Engage More Customers by Integrating SEO, Social Media, and Content Marketing, Canada, 2012. – 244p.
2. Божкова В.В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту : навчальний посібник / В.В.Божкова, Ю.М.Мельник. - К : ЦУЛ , 2009 . – 200 с.
3. Каплунов Д. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете / Москва; 2014. – 346 с.
4. Маккормик Д. Девять алгоритмов, которые изменили будущее, 2014. – 236 с.
5. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR: Учебное пособие / И.Ш.Резепов. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2010. – 224 с.
6. Тодорова О. PR в цифровую эру. Искусство коммуникаций. – К: Huss, 2012. – 240с.
7. Луптон Е. Графический дизайн. Базовые концепции, 2017. – 256 с.

Додаткова література:

1. Закон України “Про інформацію” 2.10.1992.
2. Закон України про рекламу. – К.: Парламентське вид-во, 2000.
3. Закон України. Про захист інформації в автоматизованих системах: Затверджено 5 лип. 1994 р. // Відомості ВРУ. – 1994.– № 31.
4. Закон України. Про інформацію: Закон України: Затверджено 2 жовт. 1992 р. // Відомості ВРУ. –1992. – № 48.
5. Алексеев А. А. Комплексная реализация задач маркетинга в системе глобальной сети Интернет. Доклад: Международный конгресс "Маркетинг и проблемы информатизации предпринимательства". – СПб.: Издательство СПУЭиФ, 2006.
6. Воронов В., Лазарев В., Павленко О. // Организация электронной коммерции // Маркетинг. – 2006. – № 3.
7. Курасова М., Секерин В. Организация рекламных кампаний в системе Интернет // Маркетинг. – 2010.
8. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг. - М.: Финансы и статистика, 2009.