

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Факультет журналістики  
Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« \_\_\_\_\_ » 2022 року



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«Редагування в соціальних медіа: Контент-редагування»**

для студентів

Спеціальності 061 Журналістика

Рівня вищої освіти першого (бакалаврського)

Освітньої програми 061.00.03 Видавнича справа та редагування



Київ – 2022

**Розробники:**

Балабанова Катерина Євгенівна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри медіапродюсування та видавничої справи

**Викладачі:**

Балабанова Катерина Євгенівна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри медіапродюсування та видавничої справи

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри медіапродюсування та видавничої справи

Протокол від 31 серпня 2022 року №1

Завідувач кафедри Маз Л. Г. Масімова

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з видавничої справи та редагування

\_\_\_\_\_ 2022 року

Гарант освітньо-професійної програми Шпак В. І. Шпак

Робочу програму перевірено

\_\_\_\_\_ 2022 р.

Заступник декана Факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Сошинська В. Є. Сошинська

Пролонговано

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_, «\_\_» 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_, «\_\_» 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_, «\_\_» 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_, «\_\_» 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	Обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	2 / 60	
Курс	1	
Семестр	2	
Кількість змістових модулів з розподілом	2	
Обсяг кредитів	2	
Обсяг годин, в тому числі:		
Аудиторні	28	
Модульний контроль	4	
Семестровий контроль	-	
Самостійна робота	28	
Форма семестрового контролю	Комплексний залік	

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета дисципліни** – набуття студентами цілісного уявлення про поняття контент-редагування в соціальних мережах; вміння орієнтуватися в тенденціях розміщення того чи іншого тематичного матеріалу в соціальних мережах; розумітися на структурі контент-плану. На основі отриманих теоретичних знань і практичних навиків створити власний блог у соціальних мережах і наповнити його відповідним контентом.

**Завдання** дисципліни передбачають:

- розвивати *спеціальні компетентності* спеціальності:  
СК 02 здатність створювати інформаційний контент:
  - здатність до засвоєння фундаментальних знань з комп'ютерно-видавничих технологій;
  - вміння застосувати комп'ютерно-видавничі технології у процесі медіавиробництва;
  - здатність аналізувати дизайн-концепцію видання, місце в ній структурно виражальних компонентів, вміння їх фахово оцінювати, оптимізувати;
  - здатність до засвоєння фундаментальних знань зі стилістики української мови;
  - здатність вільно спілкуватися іноземною мовою в професійній діяльності;
  - здатність до пошук та обробки інформації англійською мовою в редакційній практиці.

### 3. Результати навчання за дисципліною

#### Програмні результати навчання:

ПРН-14 Генерувати інформаційний контент. Використовувати знання зі специфіки створення і функціонування ЗМІ. Використовувати стандарти професійної діяльності.

### 4. Структура навчальної дисципліни

#### Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					Самостійна
		Аудиторна:					
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Модульні	
<b>Змістовий модуль 1. Особливості роботи редактора з соціальними мережами</b>							
Тема 1. Контент у соціальних мережах та його різновиди	8				4	4	
Тема 2. Особливості соціальних мереж.	8				4	4	
Тема 3. Контент-план	12				6	6	
Модульна контрольна робота	2					2	
<i>Разом</i>	<b>30</b>				<b>14</b>	<b>2</b>	<b>14</b>
<b>Змістовий модуль 2. Редагування контенту у найпопулярніших соціальних мережах</b>							
Тема 4. . Особливості редагування контенту в Facebook	8				4	4	
Тема 5. Особливості редагування контенту в Телеграм-каналі	8				4	4	
Тема 6. Особливості редагування контенту в Instagram	12				6	6	
Модульна контрольна робота	2					2	
<i>Разом</i>	<b>30</b>	-			<b>14</b>	<b>2</b>	<b>14</b>
Підготовка та проведення контрольних заходів							
<i>Усього</i>	<b>60</b>				<b>28</b>	<b>4</b>	<b>28</b>

### 5. Програма навчальної дисципліни

#### Змістовий модуль 1. Особливості роботи редактора з контентом

##### Тема 1. Контент у соціальних мережах та його різновиди

Предмет, завдання і значення курсу. Поняття про контент, різновиди контенту у соціальних мережах. Аналіз особливостей сучасного медіаспоживання українців. Види та класифікація соціальних мереж.

##### Тема 2. Особливості соціальних мереж.

Теорія п'яти кліків. Функціонал соціальних мереж. Небезпеки та безпека соціальних мереж. Принципи роботи ЗМІ в різних соціальних мережах. Основні етапи роботи редактора з Facebook, Instagram, Telegram, (YouTube, TikTok).

Особливості різних соціальних медіа та специфіка побудови комунікаційної стратегії для кожної з них.

### **Тема 3. Контент-план**

Основні етапи створення контент-плану. Визначення цільової аудиторії, визначення цілей публікації. Вивчення конкурентів. Підбір майданчиків з високою концентрацією цільової аудиторії. Огляд інструментів для створення контент-плану. Аналіз постингу. Сервіси відслідковування активності у соціальних мережах.

## **Змістовий модуль 2. Редагування контенту у найпопулярніших соціальних мережах**

### **Тема 4. Особливості редагування контенту в Facebook**

Вивчення особливостей поведінки користувачів Facebook. Функції соціальної мережі та переваги. Особливості та правила написання постів. Стили написання текстів. Сторітелінг. Форматування та оформлення публікацій. Способи просування. Метрики Facebook. Статистика сторінок Facebook.

### **Тема 5. Особливості редагування контенту в Телеграм-каналі**

Вивчення особливостей поведінки користувачів в Telegram. Види каналів. Функції телеграм-каналу та переваги. Боти Telegram. Особливості та правила написання статей. Стили написання текстів та оформлення публікацій. Способи просування. Ключові метрики Telegram.

### **Тема 6. Особливості редагування контенту в Instagram**

Основні види контенту для Instagram. Ідей для постів в соціальних мережах, здатних активізувати користувачів. Механіки конкурсів і акцій в соціальних мережах. Хештеги як спосіб активізації користувачів соціальних медіа. Правила мережного етикету. Створення ефективного бренду в Instagram. Загальні недоліки рекламних текстів. Форматування та оформлення публікацій. Формули продажного копірайтингу. Ключові метрики Instagram. Аналітика Instagram-акаунта.

## **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					
Відвідування семінарських занять					
Відвідування на практичному занятті					

Робота на семінарському занятті					
Робота на практичному занятті					
Лабораторна робота	10	7	70	7	70
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ					
<i>Разом</i>	220		110		110
Максимальна кількість балів					
<b>Розрахунок коефіцієнта</b>	$220 : 100 = 2,2$ Студент отримав за результатами поточної роботи 200 балів Оцінка до іспиту: $200 : 2,2 = 90$ балів А - зараховано				

## 6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

*Змістовий модуль 1.*

*Завдання:*

1. Вивчити стан медіаспоживання в Україні.
2. Проаналізувати основні тенденції текстового контенту у соціальних мережах.
3. Аналіз факторів, що впливають на розвиток соціальних мереж: конкуренція, великий обсяг реклами, нелегальний контент, низька якість контенту.

*Змістовий модуль 2.*

*Завдання:*

1. Копірайтинг та його види. Опрацювання теми.
2. Аналіз опублікованого матеріалу. Реакція читачів, охоплення. Висновок редактора.
3. Інструменти просування в соціальних мережах. Тренди в SMM.

## 6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Студенти виконують модульні контрольні роботи самостійно в електронному вигляді і прикріплюють до електронного курсу або здають у роздрукованому вигляді.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають вирішення творчих завдань, ситуативних завдань, самостійне створення документів тощо.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 2.

### Модульна контрольна робота № 1

Студенти виконують модульну контрольну роботу у форматі завдання, що передбачає вирішення творчих завдань.

### Модульна контрольна робота № 2

Студенти виконують модульну контрольну роботу у форматі завдання, що передбачає вирішення творчих завдань.

*Критерії оцінювання:*

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння наводити приклади, ілюструвати теоретичні положення практичними прикладами;
- 5) уміння поєднати теорію з практикою при аналізуванні та створенні конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;
- 6) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмовій роботі, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- 7) повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

**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 практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Контроль знань студентів проводиться у формі заліку після завершення вивчення навчального матеріалу комплексної дисципліни «Редагування в соціальних медіа».

**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 «Контент-редагування»

Разом: 60 год., лабораторні роботи – 28 год.,  
самостійна робота – 28 год., МКР – 4 год., семестровий контроль –  
комплексний залік

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI
Модулі	Змістовий модуль I				Змістовий модуль II	
Назва модуля	Особливості роботи редактора з соціальними мережами				Редагування контенту у найпопулярніших соціальних мережах	
Кількість балів за модуль	110				110	
Лекції	-				-	
Теми лекцій						
Теми лабораторних занять	Тема 1. Контент у соціальних мережах та його різновиди, 20б	Тема 2. Особливості соціальних мереж. 20б	Тема 3. Контент-план, 30 б	Тема 4. . Особливості редагування контенту в Facebook, 20 б	Тема 5. Особливості редагування контенту в Телеграм-каналі 20 б	Тема 6. Особливості редагування контенту в Instagram 30б
Самостійна робота	3x5=15 б.				3x5=15 б.	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.				Модульна контрольна робота 2 – 25 б.	
Підсумковий контроль	220, коефіцієнт 2,2					

## 8. Рекомендована література

### *Законодавчі і нормативно-правові документи*

1. Конституція України : за станом на 16 жовт. 2017 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. джерело : сайт ВР України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
2. Закон України «Про рекламу» №1121-IV від 11.07.2003 р. (Нова ред. із змінами, внесеними згідно із Законом №270/96-ВР від 26.07.2018 р.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>

### *Базова*

1. Томас, Мартін. Посібник «The Financial Times» зі стратегії для соціальних медіа: як рекламувати свій бізнес, управляти ризиками та розвивати особистий бренд / М. Томас; переклад з англійської Я. Машико. Харків: Фабула #PRO, 2020. 302 с.
2. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг. К.: Фабула, 2018. 352 с.



### *Додаткова*

1. Іваницька Б.В., Балабанова К.Є. Особливості медіаспоживання українців під час пандемії / Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації № 3 (47), 2021. С 31-38.
2. Костюченко І. Копірайтинг у алгоритмах: ІРІО, 2021.128 с.
3. Ілляхов М. Пиши, скорочуй. Як створити сильний текст, Book Chef, 2019. 440 с.
4. Медіаспоживання в Україні: зміна медіапотреб та програш російської пропаганди. URL: <https://detector.media/infospace/article/196442/2022-02-15-mediaspozhyvannya-v-ukraini-zmina-mediapotreb-ta-progrash-rosiyskoi-propagandy/>
5. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. м. Київ, серпень 2020 р. URL: <https://www.euam-ukraine.eu/wp-content/uploads/2020/09/Working-with-Social-Media-Compendium-UKRAINIAN-AUGUST-2020-FOR-PUBLICATION.pdf>
6. Слободянюк Е. Настільна книга копірайтера. Х.: Фоліо, 2019. 224 с.
7. Соболева Л. Феномен Instagram 2.0. Усі нові фішки. К.: Book Chef, 2018. 304 с.
8. Короткий довідник із Редактора AdWords URL: <https://support.google.com/adwords/>
9. 10 неймовірних фактів про соціальні мережі // Енциклопедія корисного. URL: <http://korysne.co.ua/10-nejmovirnyh-faktiv-pro-sotsmerezhi/>
10. Четверікова, О. Лінгвокомунікативні риси текстів статусів соціальних мереж. URL: <http://dspace.idgu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/976>
11. Чуприна Л. Соціальні мережі як інструмент реалізації громадських ініціатив [Електронний ресурс] / Л. Чуприна // Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ. URL: [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1085:sotsialni-merezhi-yak-instrumentrealizatsiji-gromadskikh-initsiativ&catid=127&Itemid=460](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1085:sotsialni-merezhi-yak-instrumentrealizatsiji-gromadskikh-initsiativ&catid=127&Itemid=460)
12. Content Marketing Institute Official Webpage. What is Content Marketing? URL: <http://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/>
13. Radice R. (2013) Social Media Metrics: Track Your Way to Success URL: <http://socialsolutionscollective.com/social-media-metrics-success/>
14. Wesson M. (2012). Marketers Are Missing Key Content Metrics (Infographic). URL: <http://www.business2community.com/infographics/marketers-are-missing-key-content-metrics-infographic-0317818>
15. Instagram Official Webpage URL: <https://www.instagram.com/>
16. Facebook Official Webpage URL: <http://www.facebook.com/facebook>
17. LinkedIn Official Webpage URL: [http://www.linkedin.com/static?key=what\\_is\\_linkedin&trk=hb\\_what](http://www.linkedin.com/static?key=what_is_linkedin&trk=hb_what)
18. Twitter Official Webpage URL: <https://twitter.com/about>
19. YouTube Official Webpage URL: [http://www.youtube.com/t/about\\_youtube](http://www.youtube.com/t/about_youtube)