

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

« 30 » ор О. Б. Жильцов 2020 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

З каталогу вибіркових дисциплін

PR У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

для студентів

Спеціальностей

061 Журналістика; 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа; 012 Дошкільна освіта; 013 Початкова освіта; 016 Спеціальна освіта; 017 Фізична культура і спорт; 022 Дизайн; 023 Образотворче мистецтво; 025 Музичне мистецтво; 033.00.01 Філософія; 035 Філологія; 053 Психологія; 073 Менеджмент; 081 Право; 111 Математика; 231 Соціальна робота; 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії

Освітнього рівня

першого (бакалаврського)

Київ - 2020



Розробник:

Курбан Олександр Васильович, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, кандидат наук із соціальних комунікацій

Викладач:

Курбан Олександр Васильович, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, кандидат наук із соціальних комунікацій

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

Протокол № 6 від 27 грудня 2019 року

Завідувач кафедри Новохатько Л. М. Новохатько

Робочу програму перевірено

_____ 201__ р.

Заступник директора Інституту журналістики

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

Пролонговано

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

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

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

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 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	4/120	-
Курс	3	-
Семестр	6	-
Кількість змістових модулів з розподілом	2	-
Обсяг кредитів	4	-
Обсяг годин, в тому числі:	120	-
Аудиторні	42	-
Модульний контроль	8	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	70	-
Форма семестрового контролю	ЗАЛІК	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни “**PR У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**” - ознайомлення з базовими положеннями сучасних хай-тек та хай-х'юм технологій, оволодіння студентами основами знань про сучасні технічні засоби комунікації, здобуття навичок та вмінь у застосуванні інтернет-технологій та інструменти SMMв галузі реклами, PR та медіакомунікацій.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати *інтегральну компетентність*: здатність виконувати складні спеціалізовані завдання в галузі реклами та PR, що передбачає знайомство із специфікою та особливостями розвитку сучасних цифрових технологій;
- розвивати *загальні компетентності*, зокрема такі,
 - самоосвітня. Спрямованість на розкриття особистісного потенціалу та самореалізацію. Прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху.
 - міжособистісна взаємодія. Готовність та здатність виконувати проекти у складі групи, брати на себе відповідальність за виконання спільних робіт.
- розвивати *фахові компетентності* спеціальності:
 - розуміння загальних закономірностей та принципів розвитку сучасних цифрових технологій;
 - вміння працювати (розробляти та використовувати в роботі) із

управлінською маркетинговою, рекламною, PR та консалтинговою документацією (маркетингова концепція, маркетинговий план, корпоративна комунікаційна концепція, план рекламної кампанії, PR-план, Бренд-бук та ін.);

- проведення профільних досліджень на первинному та глибинному рівні;
- вміння планувати та реалізовувати управлінські завдання.

Фахові компетентності формуються у Центрі мультимедійних технологій; Інформаційно-аналітичному центрі Інституту журналістики Університету Грінченка.

3.Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання:

- знати базові цифрові технології, що використовуються у рекламі та зв'язках з громадськістю;
- вміти розробляти та реалізовувати рекламні та PR-акції, а також рекламні та PR-кампанії у мережі Інтернет;
- знати базовий інструментар сучасних цифрових технологій;
- передбачати тенденції та перспективи розвитку інформаційно-комунікаційних технологій;
- розуміти основний контекст алгоритму діяльності фахівця із SMM, SEO, інтернет-реклами та ін. (дослідження, планування, реалізація, оцінка ефективності);
- проводити профільні дослідження (опитування, моніторинг, комплексний аналіз у соцмережах та Google-analytic;
- оцінювати ефективність цифрових комунікаційних процесів.

4. Структура навчальної дисципліни

№ теми	Назви теоретичних розділів	Розподіл годин між видами робіт						
		Усього	Аудиторних					Самостійна
			Лекції	Семінари	Практичні	Модульний контроль		
Змістовий модуль I. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ СУПРОВОДЖЕННЯ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ								
1	Типологія та класифікація сучасних комунікаційних технологічних засобів	18	2	4				12
2	Інтернет-технології в структурі сучасних соціокомунікативних процесів	38	4	10				24
	Модульна контрольна робота №1	4				4		
Разом		60	6	14		4		36
Змістовий модуль II. СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ								
3	Інформаційна глобалізація індустріального суспільства в форматі технології Web 1.0	20	4	6				10
4	Технології формування та розвитку віртуального мережевого суспільства в контексті технології Web2.0	36	4	8				24
	Модульна контрольна робота №2	4				4		
Разом		60	8	14		4		34
Всього за навчальним планом		120	14	28		8		70

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль I. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ СУПРОВОДЖЕННЯ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Тема 1. Типологія та класифікація сучасних комунікаційних технологічних засобів

Соціальна комунікація в епоху гуманітарних технологій. Сучасні гаджети в роботі фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю. Технологічні методи та інструменти реалізації лінійної моделі соціокомунікаційного процесу. Методи та технології супроводження циклічної моделі соціокомунікаційного процесу.

Тема 2. Інтернет-технології в структурі сучасних соціокомунікативних процесів

Історія зародження та розповсюдження інтернет-технологій. Глобалізація людського суспільства в форматі інтернет-технологій. Народження та розповсюдження сучасної кіберкультури. Інтернет-технології в окремих сегментах сучасного суспільства.

Змістовий модуль II.

СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ

Тема 3. Інформаційна глобалізація індустріального суспільства в форматі технології Web 1.0

Структура та загальна характеристика інтернет-технологій в форматі Web 1.0. Типологія та класифікація базових одиниць в системі Web 1.0. Структура та загальна характеристика типового веб-порталу. Специфіка та особливості практичного використання веб-порталів в контексті діяльності фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю.

Тема 4. Технології формування та розвитку віртуального мережевого суспільства в контексті технології Web2.0

Структура та загальні принципи застосування технологій Web2.0 в системі сучасних соціальних комунікацій. Технології SEO та SMO, як інструменти в роботі фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю. Структура та загальна характеристика сучасних інструментів SMM. Соціальна мережа Facebook: структура та принципи розбудови соціальних комунікацій. Правила та принципи роботи в мережі VKontakte. Блогосфера в системі сучасних соціальних мереж. LivetJornal, як інструмент промоції корпоративних структур та персоналій. LinkedIn, як інструмент професійної промоції та пошуку партнерів в мережі інтернет. Однокласники.ru, як інструмент дозвілля та промоції тематичних проектів.

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	3	3	4	4
Відвідування семінарських занять	1	7	7	7	7
Відвідування на практичному занятті					
Робота на семінарському занятті	10	7	70	7	70
Робота на практичному занятті					
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>	241		120		121
Максимальна кількість балів	241				
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $241:100=2,41$ Студент набрав: 231 бал Оцінка за результатами поточної роботи: $231:2,41 = 95$ балів (зараховано А)				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль I.

Тема 1-2. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ СУПРОВОДЖЕННЯ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

1. Скласти загальний перелік сучасних гаджетів для розбудови ефективних соціальних комунікацій.
2. Зробити порівняльну характеристику інструментального пулу рекламистів та парників.
3. Оцінити переваги та недоліки сучасних технічних засобів супроводження комунікаційних процесів.

Змістовий модуль II.

Теми 3-4. СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ

1. Скласти перелік базових інструментів промоції веб-ресурсів в соціальних мережах.
2. Визначити технології промоції змістовної інформації в соціальних мережах.

3. Розробити типові пакети пропозицій з промоції текстуальної інформації.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом у вигляді письмової відповіді або презентації власного проекту (виконання ситуаційного завдання).

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають використання набутих теоретичних знань та практичних навичок: відповіді на запитання, створення власних проектів тощо.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 2, виконання кожної роботи є обов'язковим. Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється
використанням роздрукованих завдань.

3

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Модульна контрольна робота № 1

Завдання: 1. Відповісти на теоретичні запитання. 2. Розробити схему створення контенту (на вибір студента).

Модульна контрольна робота № 2

Завдання: 1. Відповісти на теоретичні запитання. 2. Розробити просування контенту (на вибір студента).

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 консалтингової практики, аналізувати існуючі заходи та класифікувати їх;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;
- 5) логіка, структура, стиль підготовки власного проекту, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- 6) 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, модульних контрольних робіт. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі заліку і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу за результатами поточної роботи.

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 заліку і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

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. Рекомендовані джерела

Основна (базова):

1. Бабаев А. Контекстная реклама / А. Бабаев, Н. Евдокимов, А. Иванов. – СПб.: Питер, 2012. – 304 с.
2. Коньк Д., Рендер С. Расставьте сети. Как использовать Интернет в интересах вашего бизнеса / Д. Коньк. С. Рендер. – К.: ООО «Компания ЛИК», 2011. – 120 с.

3. Курбан О.В. Діагностика та моделювання PR-процесів [монографія] / А.В.Курбан. – К.: Українська конфедерація журналістів, 2012. - 157 с.
4. Тодорова О. ПР в цифрову епоху
5. Халилов Д. 100 инструментов SMM-продвижения [Електронний ресурс] / Дамир Халилов // Маркетинг в социальных сетях: секреты и советы. - URL: <http://www.seowrite.ru/>

Додаткова:

1. Пользователи Интернет в Украине: характеристики и прогноз численности [электронный ресурс] // InMindfactorgroup. – URL: <http://www.inmind.com.ua/press/publications/188/>
2. Рагимова С. Найди меня, если сможешь [Електронний ресурс] / С.Рагимова // Sostav.ru . - URL: <http://www.sostav.ru/articles/2010/06/16/ko1/>

15. Інформаційні ресурси

1. Социальный медиа маркетинг [электронный ресурс] // Словарь Социальный Медиа Маркетинг. – URL: <http://neoproseo.tumblr.com/post/22706583590>
2. Интернет в Украине [электронный ресурс] // Википедия. – URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82_%D0%BD%D0%B0_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5

8. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ "PR У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ"

Разом: 120 год., лекції – 14 год., семінарські заняття – 28 год.,

мк – 8, самостійна робота – 70 год., залік

Модулі	Змістовий модуль I			Змістовий модуль II	
Назва модуля	СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ СУПРОВОДЖЕННЯ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ			СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ	
Кількість балів за модуль	120балів			121 балів	
Лекції	1			3	
Теми лекцій	Типологія та класифікація сучасних комунікаційних технологічних засобів 1 бал		Інтернет-технології в структурі сучасних соціокомунікативних процесів 2 бали	Інформаційна глобалізація індустріального суспільства в форматі технології Web 1.0 2бала	Технології формування та розвитку віртуального мережевого суспільства в контексті технології Web2.0 2бала
Теми практичних Занять, відвідування, робота на занятті	Сучасні комунікаційні інструменти та технології хай-тек 1+10б	Сучасні комунікаційні інструменти та технології хай-х'юм 1+10б	Сучасна кіберкультура та особливості розбудови громадських комунікацій 1+10 балів	Лінійна комунікація в форматі web.0 4+40 балів	Технології оптимізації веб-ресурсів 3+30 балів
Самостійна робота	5	5	5	10	5
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			Модульна контрольна робота 2 (25 балів)	
Підсумковий контроль	Усього 241 бал				