

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра видавничої справи

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О. Б. Жильцов
« 11 » 09 2019 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Електронні рекламні видання

для студентів

Спеціальності *061 Журналістика*

Освітнього рівня *другого (магістерського)*

Освітньої програми *«Реклама та зв'язки з громадськістю»*



Київ-2019

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 | 4/120 | - |
| Курс | 6 | - |
| Семестр | 11 | - |
| Кількість змістових модулів з розподілом | 4 | - |
| Обсяг кредитів | 4 | - |
| Обсяг годин, в тому числі: | 120 | - |
| Аудиторні | 32 | - |
| Модульний контроль | 8 | - |
| Семестровий контроль | 30 | - |
| Самостійна робота | 50 | - |
| Форма семестрового контролю | Іспит | - |

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Електронні рекламні видання» є опанування студентами комплексу практичних знань та умінь з художнього оформлення лендінгів та прототипів мобільних додатків.

Завдання дисципліни передбачають:

розвивати *фахові компетентності* спеціальності:

- опанування студентами основних принципів художнього оформлення електронних видань;
- практикування у створенні електронних рекламних видань.
- здатність проводити дослідження для ефективного просування медійного продукту: виконувати ринково-дослідну та прогнозно-аналітичну діяльність; передбачити тенденції та перспективи розвитку ринку електронної рекламної продукції;
- здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

3. Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання:

Демонструвати здатність використовувати сучасні системні програмні засоби у створенні електронних рекламних видань; застосовувати принципи художньої композиції до електронних рекламних видань, працювати з конструктором сторінок Tilda, створювати прототипи мобільних додатків у різних конструкторах.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

| Назви змістових модулів і тем | Усього | Розподіл годин між видами робіт | | | | | |
|---|--------|---------------------------------|----------|-----------|-------------|----------|------------|
| | | Аудиторна: | | | | | Самостійна |
| | | Лекції | Семінари | Практичні | Лабораторна | Модульні | |
| Змістовий модуль 1. Електронні рекламні видання в сучасному світі | | | | | | | |
| Тема 1. Лендінг як вид електронних рекламних видань. | 20 | 2 | 2 | 4 | | | 12 |
| Модульний контроль | 2 | | | | | 2 | |
| <i>Разом</i> | 22 | 2 | 2 | 4 | | 2 | 12 |
| Змістовий модуль 2. Сервіси оформлення сторінок у форматі лендінгу | | | | | | | |
| Тема 2. Принцип роботи сервісів оформлення сторінок у форматі лендінгу (на прикладі сервісу Tilda) | 20 | 2 | 2 | 4 | | | 12 |
| Модульний контроль | 2 | | | | | 2 | |
| <i>Разом</i> | 22 | 2 | 2 | 4 | | 2 | 12 |
| Змістовий модуль 3. Створення лендінгу | | | | | | | |
| Тема 3. Основні етапи створення лендінгу, вивчення цільової аудиторії, створення прототипу та підготовка тексту | 8 | 2 | 2 | | | | 4 |
| Тема 4. Верстка промо-сторінки у форматі лендінгу | 14 | | | 4 | | | 10 |
| Модульний контроль | 2 | | | | | 2 | |
| <i>Разом</i> | 24 | 2 | 2 | 4 | | 2 | 14 |
| Змістовий модуль 4. Мобільні додатки як рекламний інструмент | | | | | | | |
| Тема 5. Концепції мобільних додатків. Просування мобільних додатків | 20 | 2 | 2 | 4 | | | 12 |
| Модульний контроль | 2 | | | | | 2 | |
| <i>Разом</i> | 22 | 2 | 2 | 4 | | 2 | 12 |
| Підготовка та проведення контрольних заходів | 30 | | | | | | |
| <i>Усього</i> | 120 | 8 | 8 | 16 | | 8 | 50 |

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Електронні рекламні видання в сучасному світі

Тема 1. Лендінг як вид електронних рекламних видань.

Поняття лендінгу як сторінки, що продає щось, і заробляє якщо не гроші, то увагу читача до певної теми. Питання, які вирішує лендінг. Просування лендінгу за допомогою соцмереж, контекстної реклами тощо.

Змістовий модуль 2. Сервіси оформлення сторінок у форматі лендінгу

Тема 2. Принцип роботи сервісів оформлення сторінок у форматі лендінгу (на прикладі сервісу Tilda)

Огляд робочого середовища та інструментів сервісу Tilda. Можливості, доступні у безкоштовному та платному режимах. Використання шаблонів та їх самостійне створення. Відмінності верстки лонгріду та лендінгу.

Змістовий модуль 3. Створення лендінгу

Тема 3. Основні етапи створення лендінгу, вивчення цільової аудиторії, створення прототипу та підготовка тексту

Специфіка читання, перегляду та прослуховування в інтернеті, пов'язані з цим прийоми підготовки контенту для публікації в мережі.

Тема 4. Верстка промо-сторінки у форматі лендінгу

Написання текстів, які легко сприйматимуться у форматі лендінгу. Підготовка зображень (фото і векторних малюнків), а також відеофайлів. Практична робота над створенням одного із найпростіших форматів лендінгу на основі матеріалів, які було підготовлено.

Змістовий модуль 4. Мобільні додатки як рекламний інструмент

Тема 5. Концепції мобільних додатків. Просування мобільних додатків

Визначення доцільності створення мобільного додатку. Проблеми, які вирішуються за його допомогою. Просування мобільних додатків через сайт/лендінг, через Facebook, через QR-коди. Створення додатків для просування веб-сайту або блогу, комерційних сервісів – служби таксі або інтернет-магазину, додатків для управління персоналу, додатків для організації івентів тощо.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

| Вид діяльності студента | Максимальна к-сть балів за одиницю | Модуль 1 | | Модуль 2 | | Модуль 3 | | Модуль 4 | |
|--|--|-------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------------|
| | | кількість одиниць | максимальна кількість балів | кількість одиниць | максимальна кількість балів | кількість одиниць | максимальна кількість балів | кількість одиниць | максимальна кількість балів |
| Відвідування лекцій | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Відвідування семінарських занять | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Відвідування на практичному занятті | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Робота на семінарському занятті | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 |
| Робота на практичному занятті | 10 | 2 | 20 | 2 | 20 | 2 | 20 | 2 | 20 |
| Лабораторна робота (в тому числі допук, виконання, захист) | | | | | | | | | |
| Виконання завдань для самостійної роботи | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 2 | 10 | 1 | 5 |
| Виконання модульної роботи | 25 | 1 | 25 | 1 | 25 | 1 | 25 | 1 | 25 |
| Виконання ІНДЗ | | | | | | | | | |
| <i>Разом</i> | 261 | | 64 | | 64 | | 69 | | 64 |
| Максимальна кількість балів | 261 | | | | | | | | |
| Розрахунок коефіцієнта | Розрахунок: $261:60=4,35$ Студент набрав: 218 балів Оцінка: $218:4,35 = 50$ балів (допуск до іспиту) | | | | | | | | |

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль 1. Електронні рекламні видання в сучасному світі

Тема 1. Лендінг як вид електронних рекламних видань.

Завдання

- Ознайомитись зі зразками лендінгів: <https://goo.gl/2ZwRPr>. Описати 5 характерних ознак успішних лендінгів.

Змістовий модуль 2. Сервіси оформлення сторінок у форматі лендінгу

Тема 2. Тема 2. Принцип роботи сервісів оформлення сторінок у форматі лендінгу (на прикладі сервісу Tilda)

Завдання

- Розробити техзавдання для створення лендінгу за допомогою ресурсу <http://mylandpage.com/tz/maker>.

Змістовий модуль 3. Створення лендінгу

Тема 3. Основні етапи створення лендінгу, вивчення цільової аудиторії, створення прототипу та підготовка тексту

Завдання

- Підготувати текст для власного лендінгу на тему магістерської роботи.

Тема 4. Верстка промо-сторінки у форматі лендінгу

Завдання

- Підготувати зображення (фото і векторні малюнки), а також відеофайли для використання в лендінгу.

Змістовий модуль 4. Мобільні додатки як рекламний інструмент

Тема 5. Концепції мобільних додатків. Просування мобільних додатків

Завдання

- Створити прототип власного мобільного додатку.

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими *критеріями*:

- 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 поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом в електронному вигляді і прикріплюється до електронного курсу або здаються в роздрукованому вигляді.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем робочій програмі. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають вирішення творчих завдань, ситуативних задач, самостійне створення документів тощо.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 4, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Модульна контрольна робота № 1

Завдання: Розробити концепцію власного рекламного лендінгу на соціальну тематику. Концепція має складатися з:

- * опису події чи задачі, для якої буде створено лендінг;

- * яку дію ви очікуєте від користувача;
 - * одним реченням на кого розрахований проект;
 - * схематично структура майбутнього лендінгу.
- Результати презентувати у вигляді файлу Microsoft Word.

Модульна контрольна робота № 2

- Завдання: Створити лендінг за техзавданням колеги. Узгодити із колегою всі необхідні умови. Результати презентувати у вигляді посилання на готовий лендінг.

Модульна контрольна робота № 3

Завдання: Розробити прототип власного лендінгу на тему магістерської роботи. Результати презентувати у вигляді файлу Microsoft Word.

Модульна контрольна робота № 4

Завдання: Напишіть план маркетингової кампанії для просування мобільного додатку. Обґрунтуйте переваги і недоліки кожного виду просування. Визначте мету (цілі) передавання інформації, цільову аудиторію. Результати презентувати у вигляді файлу Microsoft Word.

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 ілюструвати теоретичні положення практичними прикладами;
- 5) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді 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.

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 дисципліни, 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. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі екзамену і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

Форма іспиту – захист проекту.

6.5. Орієнтований перелік питань для семестрового контролю

1. Розробити електронне мережеве видання на дитячу тематику і захистити його.
2. Розробити електронне мережеве видання на соціальну тематику і захистити його.
3. Розробити електронне мережеве видання на комп'ютерну тематику і захистити його.
4. Розробити електронне мережеве видання на кулінарну тематику і захистити його.
5. Розробити електронне мережеве видання на художню тематику і захистити його.
6. Розробити електронне мережеве видання на технічну тематику і захистити його.
7. Розробити електронне мережеве видання на журналістську тематику і захистити його.
8. Розробити електронне мережеве видання на релігійну тематику і захистити його.
9. Розробити електронне мережеве видання на архітектурну тематику і захистити його.
10. Розробити електронне мережеве видання на художньою тематику і захистити його.
11. Розробити електронне мережеве видання на природничу тематику і захистити його.
12. Розробити електронне мережеве видання на музичну тематику і захистити його.
13. Розробити електронне мережеве видання на ділову тематику і захистити його.
14. Розробити електронне мережеве видання на туристичну тематику і захистити його.
15. Розробити електронне мережеве видання на політичну тематику і захистити його.
16. Розробити електронне мережеве видання на наукову тематику і захистити його.
17. Розробити електронне мережеве видання на економічну тематику і захистити його.
18. Розробити електронне мережеве видання на спортивну тематику і захистити його.
19. Розробити електронне мережеве видання на мистецьку тематику і захистити його.
20. Розробити електронне мережеве видання на біографічну тематику і захистити його.

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 |

8. Рекомендовані джерела

Основна (базова):

1. Захарченко А.П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». - Тернопіль, «Крок». - 2014. - 198 с.
2. Целевая страница / Википедия. Режим доступу: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B0.
3. Mobile app / Wikipedia. Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_app.
4. Лучшие материалы от пользователей Tilda. Режим доступу: <https://tilda.cc/ru/inspire/>.
5. 10+ лучших онлайн-сервисов: как создать приложение для Android и iPhone / ТопОбзор. Режим доступу: <http://www.topobzor.com/8-best-services-for-create-app-andoid-iphone/.html>.
6. 27 лучших онлайн-конструкторов для создания мобильных приложений / Argo. Режим доступу: <http://www.coolmobmasters.com/mobilnaya-razrabotka/3847-mobile-apps-make-constructors.html>
7. Эволюция дизайна и юзабилити мобильных приложений известных сервисов. Как улучшить свое приложение? / Хабрахабр. Режим доступу: <https://habrahabr.ru/company/appodeal/blog/267365/>.

Додаткова:

8. Завадський Ю. Автор і читач гіпертекстового "story" і поетичного "concretism" / Ю. Завадський // Studia Methodologica. – Вип. 17. – Тернопіль: Редакційно-видавничий відділ ТНПУ, 2006.
9. Шевченко В. Е. Інфографіка. Форми подання інформації: Електронні дидактичні матеріали до дисципліни “Теорія та практика медіадизайну” для студентів магістратури спеціальності 8.03030301 «Видавнича справа та редагування»/ Вікторія Шевченко. – Режим доступу: <http://issuu.com/victoryshe/docs/infographic>. – К., 2013. – 150 слайдів.
10. Що більше котиків, то більше щастя, або Маркетинг електронного контенту від “Bookland” // Артзац [Електронний ресурс] . - Режим доступу: <http://artzats.in.ua/problemno/shho-bilshe-kotikiv-to-bilshe-shhastya-abo-marketing-elektronnogo-kontentu-vid-bookland/>

7. Навчально-методична карта дисципліни «Електронні рекламні видання»

Разом: 120 год., лекції – 8 год., семінарські заняття – 8 год., практичні заняття – 16 год., самостійна робота – 50 год., МКР – 8 год., семестровий контроль – іспит

| Тиждень | I-II | III | IV | V | VI | VII | VIII | IX |
|---------------------------|--|---|--|---|--|---|--|---|
| Модулі | Змістовий модуль I | | | | | | | |
| Назва модуля | Електронні рекламні видання в сучасному світі | | | | | | | |
| Кількість балів за модуль | 64 | | | | | | | |
| Лекції | відвідування – 1 б. | | | | | | | |
| Теми лекцій | Лекції як вид електронних рекламних видань | | Принцип роботи сервісів оформлення сторінок у форматі лендінгу | відвідування – 1 б. | Основні етапи створення лендінгу, вивчення цільової аудиторії | Створення лендінгу | Мобільні додатки як рекламний інструмент | 64 |
| Семінарські заняття | відвідування – 1 б. робота на парі – 10 б. | | відвідування – 1 б. робота на парі – 10 б. | відвідування – 1 б. робота на парі – 10 б. | відвідування – 1 б. робота на парі – 10 б. | відвідування – 1 б. робота на парі – 10 б. | відвідування – 1 б. робота на парі – 10 б. | відвідування – 1 б. робота на парі – 10 б. |
| Теми семінарських занять | Питання, які вирішує лендінг | | Відмінності верстки лендінгу та лендінгу | | | Створення прототипу та підготовка тексту | Процедура мобільних додатків. | Процедура мобільних додатків через сайт/лендінг, через Facebook, через QR-коди. |
| Практичні заняття | відвідування – 2 б., робота на парі – 20 б. | | відвідування – 2 б., робота на парі – 20 б. | відвідування – 2 б., робота на парі – 20 б. | відвідування – 2 б., робота на парі – 20 б. | відвідування – 2 б., робота на парі – 20 б. | відвідування – 2 б., робота на парі – 20 б. | відвідування – 2 б., робота на парі – 20 б. |
| Теми практичних занять | Сторінки, що продає | Процедура лендінгу за допомогою соцмереж, контекстної реклами | Інструменти сервісу Tilda | Використання шаблонів та їх самостійне створення. | Написання текстів, які легко сприйматимуться у форматі лендінгу. | Практична робота над створенням одного із найпростіших форматів лендінгу. | Лояльність створення мобільного додатку. Проблеми, | Створення додатків для просування веб-сайту або блогу, комерційних сервісів |
| Самостійна робота | 5x1=5 б. | | | | | | | |
| Види поточного контролю | МКР 1 – 25 б | | | | | | | |
| Підсумковий контроль | Усього 261 балів, коефіцієнт – 4,35 Іспит | | | | | | | |
| | 5x1=5 б | | | | | | | |
| | МКР 4 – 25 б. | | | | | | | |

