

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

« 09 » 2021 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Основи digital індустрії: Виробництво та просування контенту

для студентів

спеціальності	061 Журналістика
освітнього рівня	першого (бакалаврського)
освітньої програми	061.00.02. "Реклама і зв'язки з громадськістю"



Київ-2021

Розробник:

Пітцик Владлена Юріївна, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, Інституту журналістики, Університету Грінченка.

Викладачі:

Пітцик Владлена Юріївна, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, Інституту журналістики, Університету Грінченка.

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

Протокол від 27 серпня 2021 року № 1

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

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

_____ 2021 року

Гарант освітньо-професійної програми  М.М.Нетреба

Робочу програму перевірено

_____ 2021 р.

Заступник директора Інституту журналістики

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

Пролонговано

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 № _____

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	3	-
Обсяг кредитів	3	-
Обсяг годин, в тому числі:	90	-
Аудиторні	42	-
Модульний контроль	6	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	42	-
Форма семестрового контролю	іспит	-

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 додаткові фахові компетентності для спеціалізації «Digital продакшн»:

- ДФК-2. Знання основ digital індустрії у контексті завдань сфери реклами та PR. Здатність формувати Digital стратегії та застосовувати відповідний інструментарій при виробництві і просуванні контенту. Здатність до володіння 3D технологіями в рекламі, інструментарієм WEB-дизайну.

Діяльність (робота) студентів у Центрах компетентностей:

- Центрі мультимедійних технологій;
- Інформаційно-аналітичний центр.

3. Результати навчання за дисципліною

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких *програмних результатів за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», освітнього рівня першого «бакалаврського»:*

ПРН-22. Застосовувати знання з основ digital індустрії у контексті завдань сфери реклами та PR, формувати Digital стратегії та застосовувати відповідний інструментарій при виробництві і просуванні контенту. Володіти 3D технологіями в рекламі, інструментарієм WEB-дизайну.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен:

- 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

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин					Самостійна робота	модульний контроль	Підсумковий контроль
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Семінарських	лабораторних			
Модуль I. Засади роботи з контентом									
1	Сутність та види контенту	15	8	2	2	4	7		
2	Методи та принципи виробництва контенту	11	4	2		2	7		
	Модульна контрольна робота 1	2						2	
	<i>Разом</i>	28	12	4	2	6	14	2	

Модуль II. Виробництво контенту									
3	Виробництво візуального контенту	15	8	2	2	4	7		
4	Виробництво текстового контенту	13	6	2	2	2	7		
	Модульна контрольна робота 2	2						2	
	<i>Разом</i>	30	14	4	4	6	14	2	
Модуль III. Просування контенту									
5	Огляд платформ для просування	11	4	2		2	7		
6	Принципи просування	11	4	2		2	7		
7	Принципи побудови сайту	8	8	2	2	4			
	Модульна контрольна робота 3	2						2	
	<i>Разом</i>	32	16	6	2	8	14	2	
Всього за навчальним планом		90	42	14	8	20	42	6	

5. Програма навчальної дисципліни

МОДУЛЬ I.

Засади роботи з контентом

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.

ТЕМА 2. МЕТОДИ ТА ПРИНЦИПИ ВИРОБНИЦТВА КОНТЕНТУ

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.

МОДУЛЬ II.

Виробництво контенту

ТЕМА 3. ВИРОБНИЦТВО ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ

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. ВИРОБНИЦТВО ТЕКСТОВОГО 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.

МОДУЛЬ III.

Просування контенту

ТЕМА 5. ОГЛЯД ПЛАТФОРМ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ

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.

ТЕМА 6. ПРИНЦИПИ ПРОСУВАННЯ

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.

ТЕМА 7. ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ САЙТА

Огляд систем адміністрування веб-сайтів, що дозволяють розміщувати різні види контенту. Технічні можливості для створення власного блогу. Закони побудови та розміщення контентних блоків на сайтах, розподіл сайтів за призначенням та групування особливостей контенту під кожен групу.

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	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	2	2	3	3
Відвідування семінарських занять	1	1	1	2	2	1	1
Відвідування на практичному занятті	1	3	3	3	3	4	4
Робота на семінарському занятті	10	1	10	2	20	1	10
Робота на практичному занятті	10	3	30	3	30	4	40
Лабораторна робота							
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	3	15	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ							
<i>Разом</i>			81		97		93
Максимальна кількість балів	271						
Розрахунок коефіцієнта		$271 : 60 = 4,52$ Студент отримав за результатами поточної роботи 256 балів Оцінка до іспиту: $256 : 4,52 = 57$ балів					

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Модуль I. Засади роботи з контентом

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 2. Методи та принципи виробництва контенту

1. Проаналізувати сторінки в соціальних мережах найбільш відомих комерційних компаній.
2. Визначити, який контент є найбільш популярним.

Модуль II. Виробництво контенту

Самостійна робота 3. Тема 4. Виробництво текстового 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 3. Виробництво візуального 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 3. Виробництво візуального контенту.

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

Модуль III. Просування контенту

Самостійна робота 6. Тема 5. Огляд платформ для просування.

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 6. Принципи просування.

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, передбачає використання набутих теоретичних знань та практичних навичок.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 3, 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, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульних контрольних робіт. 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. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

1. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай. Москва : Альпина Паблицер, 2016. 440 с.
2. Кудряшов Д., Козлов Е. Администратор Instagram. Рига : Argads Mantojums, 2016. 248 с.
3. Курбан О. В., Курбан С. О. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг : навчальний посібник. Київ : Білий Тигр, 2019. 148 с.
4. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації. Київ : Спадщина, 2012. 464 с.
5. Щербаков С. Таргетированная реклама в социальных сетях: точно в яблочко. Харьков : Фолио, 2019. 252 с.

Додаткова література:

1. Каплунов Д. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете. Москва : Манн, Иванов, Фербер, 2017. 384 с.
2. Луптон Е. Графический дизайн. Базовые концепции. Санкт-Петербург, 2017. 256 с.
3. Маккормик Д. Девять алгоритмов, которые изменили будущее. Москва : ДМК-Пресс, 2016. 236 с.
4. Прищенко С. Дизайн і реклама. Ілюстрований глосарій (основні терміни та поняття). Київ : Кондор, 2020. 208 с.
5. Шарп Б. Як зростають бренди. Чого не знають маркетологи. Київ : Наш Формат, 2019. 240 с.

8. 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	Модуль I			
Назва модуля	Засади роботи з контентом			
К-сть балів за модуль	81			
Лекції	1	2		
Теми лекцій	Тема 1.	Тема 2.		
Відвідування лекцій	1 бала	1 бала		
Семінарські заняття	1			
Теми семінарських занять	Тема 1.			
Відвідування семінарських занять	1 бал			
Робота на семінарських заняттях	10 балів			
Практичні заняття	1	2	3	
Теми практичних занять (II)	Тема 1.	Тема 1..	Тема 2.	

Відвідування практичних занять	1 бал	1 бал	1 бал	
Робота на практичних заняттях	10 балів	10 балів	10 балів	
Самостійна робота	СР №1, СР №2 10 балів			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота №1 (25 балів)			
Модуль	Змістовий модуль II			
Назва модуля	Виробництво контенту			
К-сть балів за модуль	97			
Лекції	3	4		
Теми лекцій	Тема 3.	Тема 4.		
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал		
Семінарські заняття	2	3		
Теми семінарських занять	Тема 3.	Тема 4.		
Відвідування семінарських занять	1 бал	1 бал		

Робота на семінарських заняттях	10 балів	10 балів		
Практичні заняття	4	5	6	
Теми практичних занять (II)	Тема 3.	Тема 3.	Тема 4.	
Відвідування практичних занять	1 бал	1 бал	1 бал	
Робота на практичних заняттях	10 балів	10 балів	10 балів	
Самостійна робота	СР №3, СР №5 10 балів	СР №4, 5 балів		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота №2 (25 балів)			
Модуль	Змістовий модуль III			
Назва модуля	Просування контенту			
К-сть балів за модуль	93			
Лекції	5	6	7	
Теми лекцій	Тема 5.	Тема 6.	Тема 7.	
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	

Семінарські заняття			4	
Теми семінарських занять			Тема 4.	
Відвідування семінарських занять			1 бал	
Робота на семінарських заняттях			10 балів	
Практичні заняття	7	8	9	10
Теми практичних занять (II)	Тема 5.	Тема 6.	Тема 7.	Тема 7.
Відвідування практичних занять	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал
Робота на практичних заняттях	10 балів	10 балів	10 балів	10 балів
Самостійна робота	СР №6 5 балів	СР №7 5 балів		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота №3 (25 балів)			
Підсумковий	Комплексний іспит			

контроль

ВСЬОГО 271

