

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ПРАКТИКИ ПУБЛІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА ТА МЕРЕЖАХ

для студентів

спеціальності	061 <u>Журналістика</u>
рівня вищої освіти	другого (<u>магістерського</u>)
освітньої програми	061.00.04 <u>Медіа-комунікації</u>

Київ - 2022



Розробники:

Гондюл Олександра Дмитрівна, викладач кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Викладачі:

Гондюл Олександра Дмитрівна, викладач кафедри журналістики та нових медіа Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри журналістики та нових медіа.

Протокол від 1 грудня 2021 року № 6.

Завідувач кафедри журналістики та нових медіа  (І.В. Погребняк)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми
_____ 20__ р.
Гарант освітньої програми  (Н.І. Зражевська)

Робочу програму перевірено
_____ 20__ р.
Заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи)  (О.І. Стадніченко)

Пролонговано:

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

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

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

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

ЗМІСТ

1	ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2	МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	5
3	РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ	7
4	СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	9
5	ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	10
6	КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ	11
7	НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ	16
8	РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА	17
9	ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ	18

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

РНПД «Практики публічної комунікаційної діяльності». Змістовий модуль «Комунікації в соціальних медіа та мережах».

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
	заочна
«Практики публічної комунікаційної діяльності»	
<i>Вид дисципліни</i>	Обов'язкова
<i>Мова викладання, навчання та оцінювання</i>	Українська
<i>Загальний обсяг кредитів/годин</i>	6 кредитів / 240 годин
<i>Курс</i>	5
<i>Семестр</i>	2
<i>Кількість змістових модулів за розподілом</i>	4
<i>Обсяг кредитів</i>	8
<i>Обсяг годин, в тому числі:</i>	240
<i>Аудиторні</i>	32
<i>Модульний контроль</i>	
<i>Семестровий контроль</i>	
<i>Самостійна робота</i>	208
<i>Форма семестрового контролю</i>	екзамен
Змістовий модуль «Комунікації в соціальних медіа та мережах»	
<i>Курс</i>	5
<i>Семестр</i>	2
<i>Обсяг кредитів</i>	2
<i>Обсяг годин, в тому числі:</i>	60
<i>Аудиторні</i>	8
<i>Модульний контроль</i>	
<i>Семестровий контроль</i>	
<i>Самостійна робота</i>	52
<i>Форма семестрового контролю</i>	екзамен

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Практики публічної комунікаційної діяльності: Комунікації в соціальних медіа та мережах» покликана формувати розуміння теоретичних засад та практичних інструментів, форматів та методів висвітлення інформації журналістом в різних соціальних медіа та мережах.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є теоретичні засади та практичні аспекти створення персонального бренду в соціальних медіа та мережах, а також специфіки та особливостей створення контенту.

Метою викладання навчальної дисципліни «Практики публічної комунікаційної діяльності: Комунікації в соціальних медіа та мережах» є формування у студентів системи знань щодо сучасного стану особливостей комунікації в соціальних медіа та мережах для журналістів.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Практики публічної комунікаційної діяльності: Комунікації в соціальних медіа та мережах»:

- засвоєння студентами особливостей понять «соціальні медіа», «соціальні мережі», «персональний бренд»,
- розуміння сучасних трендів, що впливають на створення контенту в соціальних медіа та мережах,
- вивчення особливостей створення матеріалів у соціальних медіа та мережах,
- дослідження особливостей та етапи створення і розвитку персонального бренду в соціальних мережах,
- визначення інструментів та технологій для створення творчих та аналітичних матеріалів у соціальних медіа та мережах,
- виявлення особливостей впливу явищ, подій та процесів у соціальних мережах на трансформацію комунікації та створення контенту там.

Дисципліна розглядається в єдиному контексті національних пріоритетів і національної безпеки України.

Міжпредметні зв'язки. Дисципліна «Практики публічної комунікаційної діяльності: Комунікації в соціальних медіа та мережах» дає окремі базові знання та навички, пов'язані з процесом підготовки студентів з фахових журналістичнознавчих дисциплін – «Теорія масових та публічних комунікацій», «Психологія МК», «Соціологія МК», «Виробництво інтернет-контенту» тощо. При цьому застосовує категорії комунікативістики, соціології, психології.

Впродовж вивчення дисципліни, студенти отримують такі **компетентності** відповідно до освітньої програми:

Загальні компетентності:

- ЗК-2. Здатність критично мислити
- ЗК-3. Здатність до креативності
- ЗК-5. Здатність до координації дій з іншими
- ЗК-6. Навички емоційного інтелекту
- ЗК-7. Здатність до формулювання суджень та ухвалення рішень
- ЗК-8. Здатність до задоволення потреб медіаспоживачів
- ЗК-10. Здатність до когнітивної гнучкості

Фахові компетентності:

- ФК-2. Знаходити відповідні теми та ракурси, враховуючи поточні події та контекст
- ФК-6. Подавати інформацію у відповідній журналістській формі
- ФК-7. Нести відповідальність за результати журналістської роботи (критична оцінка діяльності)
- ФК-8. Вміти працювати у команді

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Під час практичних занять та самостійної роботи передбачається набуття студентами **комплексу умінь і навичок**.

У результаті вивчення навчальної дисципліни **студент повинен знати** :

- Основні терміни та поняття, що стосуються мобільної журналістики та комунікацій в соціальних мережах.
- Сучасні тренди, які впливають на створення контенту в соціальних медіа та мережах.
- Особливості створення комунікаційних матеріалів у соціальних медіа та мережах.

Уміти :

- визначати особливості побудови і розвитку персонального бренду в соціальних медіа та мережах;
- застосовувати нові та актуальні інструменти створення матеріалів для соціальних медіа та мереж;
- виявляти закономірності, причинно-наслідкові зв'язки, вплив подій, явищ, людей та процесів на зміни у комунікації і створенні контенту у соціальних мережах.

Впродовж вивчення дисципліни мають бути досягнуті такі **програмні результати навчання** відповідно до опису освітньої програми:

- ПРН-2 В умовах професійної діяльності застосовувати сучасні інноваційні технології в комунікативній сфері.
- ПРН-4 В умовах виробничої діяльності на основі знань уміти знаходити переконливі аргументи, вербальні і невербальні засоби впливу в дискусіях з колегами, партнерами, клієнтами для досягнення комунікаційної мети, створення сприятливого суспільного середовища, формування власного іміджу і визнання результатів своєї праці.
- ПРН-5 В умовах виробничої діяльності різновимірно бачити й аналізувати текст і медійний продукт, оцінювати їх з використанням соціокультурних, етнологічних та етнопсихологічних критеріїв; інтерпретувати актуальні явища (у т. ч. фейкові новини, інформаційні атаки, маніпулювання та ін.) масової комунікації для широкої аудиторії, підвищувати рівень її медіа грамотності;

- ПРН-10 Використовуючи знання та ефективно діяти на всіх етапах проектування, організації і створення журналістських матеріалів та наукових розробок.
- ПРН-14 В умовах професійної діяльності на основі знань створювати власні матеріали відповідно до потреб різних видів мас-медіа, ефективно використовувати журналістські методики подачі інформації.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план для заочної форми навчання

№ п/ п	Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
			Аудиторні					Самостійна
			Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль I.								
Створення персонального бренду журналіста в соціальних медіа та мережах								
1.	Персональний бренд в соціальних мережах	29	2	2				25
	Разом	29	2	2				25
Змістовий модуль II.								
Особливості висвітлення інформації та взаємодії з аудиторією в соціальних медіа та мережах								
1.	Формати та особливості створення контенту для соціальних медіа та мереж	31	2	2				27
	Разом	31	2	2				27
	Разом за навчальним планом	60	4	4				52

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Заочна форма навчання

Змістовий модуль І. Створення персонального бренду журналіста в соціальних медіа та мережах

Лекція 1. Персональний бренд в соціальних мережах (2 год.)

Визначення понять «соціальна мережа», «соціальні медіа», «персональний бренд». Криза уваги, довіри та експертності в епоху розвитку соціальних мереж. Складові персонального бренду. Зміст та стиль персонального бренду в соціальних мережах. Цінності та місія, переконання, унікальність та легенда бренду. Архетипи як інструмент позиціонування персонального бренду в соціальних мережах.

Практичне заняття 1. Створення персонального бренду в соціальних мережах (2 год.)

Джерела основні: 1,2

Джерела додаткові: 3,5,6

Змістовий модуль ІІ. Особливості висвітлення інформації та взаємодії з аудиторією в соціальних медіа та мережах

Лекція 2. Формати та особливості створення контенту для соціальних медіа та мереж (2 год.)

Тренди цифрової журналістики. Нові формати висвітлення матеріалів у соціальних мережах. Методика Монро. Трикутник висвітлення матеріалу «автор-аудиторія-контекст». Контент як сучасна валюта. Креативні інструменти та формати контенту для соціальних медіа та мереж.

Практичне заняття 2. Особливості створення комунікаційних продуктів для соціальних медіа та мереж (2 год.)

Джерела основні: 1,2

Джерела додаткові: 1,2,4,5,6

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Практики публічної комунікаційної діяльності: Комунікації в соціальних медіа та мережах» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип коопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види контролю й принципи їх оцінювання. Систему переведення рейтингових балів у національну та європейську (ECTS) шкалу подано у таблицях.

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студента

Заочна форма навчання

№	Вид діяльності	Максимальна кількість балів за одиницю	М 1		М 2	
			Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
1	Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
2	Відвідування семінарських занять	1	1	1	1	1
3	Робота на семінарському занятті	10	1	10	1	10
4	Виконання завдання з самостійної роботи	5	2	10	2	10
Разом				22		22
Максимальна кількість балів		44 бали				
Розрахунок коефіцієнта		4,4 10 балів				

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

Методи усного контролю: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, командні завдання, публічні виступи.

Методи письмового контролю: написання авторських рекомендацій, створення аналітичних та креативних матеріалів.

Методи самоконтролю: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на семінарських заняттях і під час виконання самостійної роботи залежить від таких критеріїв:

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

6.2. Завдання для самостійної роботи

Заочна форма навчання

Змістовий модуль І. Створення персонального бренду журналіста в соціальних медіа та мережах

Тема 1. Персональний бренд в соціальних мережах (10 год.)

Написати пост в соціальній мережі на вибір про персональний меседж (ідею, тезу, проблему тощо), який студент хоче донести суспільству та світу.

Роль журналіста як сучасного змінотворця через контент у соціальних медіа та мережах (15 год.)

Написати есе на тему: «Як журналіст може змінювати світ на краще через соціальні медіа та мережі»

Змістовий модуль II. Особливості висвітлення інформації та взаємодії з аудиторією в соціальних медіа та мережах

Тема 2. Формати та особливості комунікаційних матеріалів для соціальних мереж (15 год.)

Створити концепцію заходу для представників медіа. Розробити план висвітлення інформації про цю подію в різних соціальних медіа та мережах та контент-план просування події в різних соціальних медіа та мережах.

Створення креативного контенту для соціальних медіа та мереж (12 год.)

Створити портрет «креативного журналіста».

Написати 50 варіантів, як журналіст може креативно донести інформацію до аудиторії через соціальні медіа та мережі.

Створити чек-лист «Як креативно подавати інформацію в соціальних медіа та мережах»

Критерії оцінювання самостійних робіт:

- Аналітичність.
- Висловлення власної думки.
- Творчий підхід до виконання.
- Відповідність жанру та специфіці.
- Відсутність плагіату.
- Посилання на використані джерела.

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ
з дисципліни «Практики публічної комунікаційної діяльності: Комунікації
в соціальних медіа та мережах»

Курс	5
Спеціальність	061 Журналістика
Освітня програма	Медіа-комунікації
Форма проведення	Комплексний іспит – тестові питання з трьох дисциплін блоку
Тривалість проведення	1 година 20 хвилин
Максимальна кількість балів	40 балів (письмові відповіді на поставлені у білеті тестові питання)
Критерії оцінювання	1 питання – 1 бал (всього 40 питань з трьох дисциплін блоку «Практики публічної комунікаційної діяльності»)
Перелік допоміжних матеріалів	Див. список джерел та літератури навчальної програми дисципліни «Практики публічної комунікаційної діяльності: Комунікації в соціальних медіа та мережах».
Орієнтовний перелік питань	Приклад тестових питань: 1. До якої складової персонального бренду відносяться виступи, лекції та коментарі? (оберіть одну правильну відповідь) а) Публічна комунікація б) Візуальний образ в) Участь в спільнотах г) Face-to-face комунікація

6.5. Орієнтовний перелік тем для підготовки до семестрового контролю з дисципліни «Практики публічної комунікаційної діяльності: Комунікації в соціальних медіа та мережах»

1. Дати визначення поняття «соціальна мережа».
2. Дати визначення поняття «соціальні медіа».
3. Дати визначення поняття «персональний бренд».
4. Проаналізувати кризу уваги, довіри та експертності в епоху розвитку соціальних мереж.
5. Назвати складові персонального бренду.
6. Проаналізувати зміст та стиль персонального бренду в соціальних мережах.
7. Проаналізувати тренди цифрової журналістики.
8. Назвати формати висвітлення матеріалів у соціальних мережах.
9. Проаналізувати методику Монро та трикутник висвітлення матеріалу «автор-аудиторія-контекст».
10. Проаналізувати креативні інструменти та формати контенту для соціальних медіа та мереж.

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

Заочна форма навчання

Разом 60 год., лекції - 4 год., семінарські заняття - 4 год., самостійна робота - 52 год.

Тиждень	1	2
Модулі	Змістовий модуль I.	Змістовий модуль II.
Назва модуля	Створення персонального бренду журналіста в соціальних медіа та мережах	Особливості висвітлення інформації та взаємодії з аудиторією в соціальних медіа та мережах
Лекції	1	3
Теми лекцій	Персональний бренд в соціальних мережах – 1 бал	Формати та особливості створення контенту для соціальних медіа та мереж – 1 бал
Теми практичних занять	Створення персонального бренду в соціальних мережах 10+1 бали	Особливості створення комунікаційних продуктів для соціальних медіа та мереж 10+1 бали
Самостійна робота	Самостійна робота №1 - 5 балів Самостійна робота №2 - 5 балів	Самостійна робота №3 - 5 балів Самостійна робота №4 - 5 балів
ІНДЗ		
Види поточного контролю		
Підсумковий контроль	Іспит	

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основні (базові):

1. Робота із соціальними мережами. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні [Електронний ресурс] / Київ, 2020. – Режим доступу: <https://www.euam-ukraine.eu/wp-content/uploads/2020/09/Working-with-Social-Media-Compendium-UKRAINIAN-AUGUST-2020-FOR-PUBLICATION.pdf>
2. Саленбахер Ю. Креативний особистий брендинг [Текст] / Ю. Саленбахер / Фабула, 2019. - 240 с.

Додаткові:

1. 23 поради для просування соціальних тем від експертів з комунікацій [Електронний ресурс] / The Village, 2019. Режим доступу: <https://www.the-village.com.ua/village/city/promo/284035-shkala>
2. Величко Н. Ідеї, які завжди працюють: комунікуємо у соціальних мережах [Електронний ресурс] / Н. Величко / Європейський простір, 2019. Режим доступу: <https://euprostir.org.ua/practices/140780>
3. Голуб О. Журналіст у соціальних мережах. Рекомендації для медіа [Електронний ресурс] / О. Голуб / Інститут масової інформації, 2020. Режим доступу: <https://imi.org.ua/advice/zhurnalyst-u-sotsialnyh-merezhah-rekomendatsiyi-dlya-media-i31209>
4. Патрикаракос Д. Війна у 140 знаках. Як соціальні медіа змінюють конфлікти у XXI столітті [Текст] / Д. Патрикаракос / Yakaboo Publishing, 2019. – 352 с.
5. Сохацька М. Як створити якісний контент? [Електронний ресурс] / М. Сохацька / Щедрий вівторок, 2020. Режим доступу: <https://givingtuesday.org.ua/blog/yak-stvoryty-yakisnyj-kontent/>
6. Томас М. Посібник The Financial Times зі стратегії для соціальних медіа [Текст] / М. Томас / Фабула, 2020. – 304 с.

9. ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ

Онлайн-курси:

1. Медіашкола «НВ». Режим доступу: https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:NT+Mediaschool101+2020_T1/about
2. «МедіаДрайвер» - твій навігатор у світ медіа. Режим доступу: <http://mediadriver.online/>
3. Медіа-пітчинг. Режим доступу: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/media-pitching>
4. Transmedia Storytelling: Narrative worlds, emerging technologies, and global audiences. Режим доступу: <https://www.coursera.org/learn/transmedia-storytelling>
5. Good with Words: Writing and Editing <https://www.coursera.org/specializations/good-with-words>

Корисні відео:

1. Кінофільм «Соціальна мережа» (2010)
2. Кінофільм «Сфера» (2017)
3. Кінофільм «Час» (2011)
4. Кінофільм «Download: The True Story of the Internet» (2008)
5. Кінофільм «Соціальна дилема» (2020)
6. Кінофільм «Великий злам» (2019 - The Great Hack)