

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

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О.Б.Жильцов
2023 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Теорія і практика новітніх медій:
Виробництво та просування мультимедійного контенту

для студентів

спеціальності: 061 Журналістика
освітньої програми: 061.00.01 Журналістика
рівня вищої освіти: другого (магістерського)

Київ – 2023

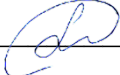


Розробник: Оксана ОДАРЕНКО, старший викладач кафедри журналістики та нових медіа

Викладач: Оксана ОДАРЕНКО, старший викладач кафедри журналістики та нових медіа


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

Протокол від 9 лютого 2023 року № 9

Завідувач кафедри  Інга ПОГРЕБНЯК


Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Журналістика»

8 лютого 2023 року

Гарант освітньо-професійної програми  Микола ВАСЬКІВ

Робочу програму перевірено

9 лютого 2023 року

Заступник декана Факультету журналістики  Вікторія 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	
Виробництво та просування мультимедійного контенту		
	Денна	Заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська	-
Курс	1	-
Семестр	1	-
Кількість змістових модулів з розподілом:	3	-
Обсяг кредитів	3	-
Обсяг годин, в тому числі	90	-
Аудиторні	24	-
модульний контроль	6	-
семестровий контроль	30	-
самостійна робота	30	-
форма семестрового контролю	екзамен	-

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Виробництво та просування мультимедійного контенту» спрямований на формування у магістрів спеціальності «Журналістика» денної форми навчання комплексу теоретичних знань та практичних вмінь щодо актуальних форм мультимедійного контенту доби переходу до WEB 3.0. **Мета курсу полягає в ознайомленні студентів із теоретичними засадами та основними технологіями виробництва та просування сучасного мультимедійного контенту.**

Завданнями курсу є:

- формування у студентів уявлень про специфіку сучасних мультимедійного контенту доби переходу до WEB 3.0;
- формування у студентів техніки інтерпретації понять «медіапродукт», «контент» («мультимедійний контент», «цифровий контент», «інтернет-контент») та визначення їх сутнісних характеристик у контексті медіа середовища як відкритої системи;
- ознайомлення студентів із видами та типами сучасного мультимедійного контенту та моделями його споживання;
- вироблення у студентів технологічних навиків формування та просування в медіа середовищі (монетизації) актуального мультимедійного контенту.

3. Результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення курсу «Виробництво та просування мультимедійного контенту» **студент знатиме:**

- сутність, різновиди та основні засади виробництва медіа контенту доби переходу до WEB 3.0;
- теоретико-методологічні засади виробництва різних видів мультимедійного контенту;

- технологічні аспекти формування сучасного мультимедійного контенту;

- фінансово-економічні, рекламні, психологічні аспекти просування актуального мультимедійного контенту та специфіку його споживання різними типами користувачької аудиторії.

Студент умітиме:

- генерувати різні форми сучасного мультимедійного контенту;
- моделювати споживання різних видів та типів мультимедійного контенту залежно від користувачької аудиторії;
- розробляти та реалізовувати ефективні стратегії просування (монетизації) різних видів та типів сучасного мультимедійного контенту.

У результаті вивчення курсу студенти оволодівають аналітичними, комунікативними, психологічними, самоосвітніми компетенціями.

фахові:

журналістські (професійно використовувати сучасні мультимедійні технології задля успішної реалізації комунікативних стратегій у сучасній медіа сфері, професійній діяльності та особистому розвитку..

- загальні:
- аналітичні;
- комунікативні;
- естетичні;
- психологічні;
- самоосвітні.

Вивчення курсу формує у студентів освітньої програми 061.00.01. Журналістика такі компетентності:

Загальні компетентності:

- **ЗК 1** – Здатність до комплексного розв’язання проблем. Здатність до виокремлення проблеми, дослідження її, окреслення етапів для роботи у

подальшому, уміння знаходити ідею, вибрати та оцінити її, спланувати вирішення, залучати людей до її вирішення та діяти.

– **ЗК 3** – Здатність до креативності. Відкритість до нових знань, ідей і технологій; здатність продукувати нестандартні ідеї, творчо підходити до вирішення проблеми чи виконання завдань.

– **ЗК 7** – Здатність до креативності. Відкритість до нових знань, ідей і технологій; здатність продукувати нестандартні ідеї, творчо підходити до вирішення проблеми чи виконання завдань.

Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності:

– **ФК 4** – Оперативно збирати інформацію. Мати глибокі базові знання з різних галузей; спеціалізовані знання з окремої галузі; дотримуватись балансу думок; вміти працювати з джерелами; взаємодіяти з аудиторією.

Програмні результати навчання

– **ПРН- 1** – В умовах виробничої діяльності на основі знань уміти оцінити співрозмовника (визначити типи психіки та моделі можливої поведінки) для досягнення комунікативної мети.

– **ПРН- 2** – В умовах професійної діяльності застосовувати сучасні інноваційні технології в комунікативній сфері.

– **ПРН- 13** – В умовах професійної діяльності застосовувати сучасні інноваційні технології в комунікативній сфері.

– **ПРН- 17** – На основі знань уміти враховувати історичний аспект та специфіку досліджень діяльності різних видів ЗМІ.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінар	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль I. Еволюція цифрового середовища							
Тема 1. Мультимедійний контент доби переходу до WEB 3.0 (2 год.).	6	2					4
Тема 2. Інтелектуальність та візуальність як феномени сучасного медіа середовища (2 год.).	4			2			2
Тема 3. Трансформація сучасної медіа аудиторії (2 год.).	4			2			2
Тема 4. Варіативність запитів на контент у контексті теорії поколінь (2 год.).	4			2			2
Модульний контроль 1	2						
Разом	20	2		6			10
Змістовий модуль II. Технології виробництва мультимедійного контенту							
Тема 5. Сучасна типологія мультимедійного контенту (2 год.).	6	2					4
Тема 6. Системні характеристики унікального та неунікального мультимедійного контенту (2 год.).	4			2			2
Тема 7. Мобільний контент як тренд сучасного медіа середовища (2 год.).	4			2			2

Тема 8. Технології штучного інтелекту як основа нових форматів мультимедійного контенту (2 год.).	4			2			2
Модульний контроль 2.	2						
Разом	20	2		6			10

**Змістовий модуль III.
Стратегії просування та монетизації мультимедійного контенту**

Тема 9. Системи управління контентом (2 год.).	6			2			4
Тема 10. Сучасні моделі просування та монетизації мультимедійного контенту (2 год.).	4			2			2
Тема 11. Користувач у стані «контентного голоду» / «надлишку контенту» (2 год.).	4			2			2
Тема 12. Оптимізація контенту у сучасних пошукових системах (2 год.).	4			2			2
Модульний контроль 3	2						
Разом	20			8			10

Підготовка та проходження контрольних заходів	30						30
Усього	90	4		20			30

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль I .

Еволюція цифрового середовища

Лекція 1. Мультимедійний контент доби переходу до WEB 3.0 (2 год.)

Структурні характеристики медіа середовища як відкритої системи. Поняття мультимедійного контенту. Сутнісні риси мультимедійного контенту доби переходу до WEB 3.0.

Література основна: 1, 2, 5.

Література додаткова: 9, 11, 15, 16, 25,

Практична робота 1. Інтелектуальність та візуальність як феномени сучасного медіа середовища (2 год.)

Література основна: 1, 2, 3, 4, 5.

Література додаткова: 7, 8, 9, 10, 11, 15,17, 18, 19, 20, 21, 26, 27, 32, 34,51.

Практична робота 2. Трансформація сучасної медіа аудиторії (2 год.)

Література основна: 1, 5, 6.

Література додаткова: 11, 12, 14, 15, 21,28,30, 49.

Практична робота 3. Варіативність запитів на контент у контексті теорії поколінь (2 год.).

Література основна: 1, 2, 5, 6.

Література додаткова: 11, 14, 21, 22, 23,

Змістовий модуль II.

Технології виробництва мультимедійного контенту

Лекція 2. Сучасна типологія мультимедійного контенту (2 год.)

Види і типи мультимедійного контенту. «Нові користувачі» та актуальні формати мультимедійного контенту. Феномен «атомізації» контенту у сучасній медіа сфері, домінанта відео- та розважального контенту, «інтернет для бідних» як тренд медіа середовища.

Література основна: 1, 2, 4, 6.

Література додаткова: 9, 12, 28, 29, 39, 40, 43,

Практична робота 4. Системні характеристики унікального та неунікального мультимедійного контенту (2 год.)

Література основна: 1, 6.

Література додаткова: 9, 13, 15, 22, 23, 44, 50.

Практична робота 5. Мобільний контент як тренд сучасного медіа середовища (2 год.)

Література основна: 5, 6.

Література додаткова: 13, 21,

Практична робота 6. Технології штучного інтелекту як основа нових форматів мультимедійного контенту (2 год.)

Література основна: 1, 5.

Література додаткова: 46, 47, 48,

Змістовий модуль III.

Стратегії просування та монетизації мультимедійного контенту

Практична робота 7. Системи управління контентом (2 год.)

Література основна: 1, 3, 6.

Література додаткова: 15, 21, 22, 23, 31, 33, 35, 36, 37, 41,

Практична робота 8. Сучасні моделі просування та монетизації мультимедійного контенту (2 год.)

Література основна: 1, 2, 5, 6.

Література додаткова: 12, 13, 15, 22, 23, 31, 33, 35, 36, 37, 38, 45,

Практична робота 9. Користувач у стані «контентного голоду» / «надлишку контенту» (2 год.)

Література основна: 1, 2, 3.

Література додаткова: 8, 9, 12, 13, 15, 21, 22, 23,

Практична робота 10. Оптимізація контенту у сучасних пошукових системах (2 год.)

Література основна: 1, 6.

Література додаткова: 16, 46, 47, 48.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
Відвідування практичних занять	1	3	3	3	3

Робота на практичному занятті	10	3	30	3	30
Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 3			
		кількість одиниць	Максимальна кількість балів		
Відвідування лекцій	1	-	-		
Відвідування практичних занять	1	4	4		
Робота на практичному занятті	10	4	40		
Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20		
Виконання модульної роботи	25	1	25		
Всього	84	37	247		
Максимальна кількість балів	368				
Розрахунок коефіцієнта	$368 / 60 = 6.13333333333$				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Змістовий модуль I.

Еволюція цифрового середовища

Тема 1. Мультимедійний контент доби переходу до WEB 3. 0.

Робота над авторським проектом зі створення мультимедійного контенту: Сформулюйте концептуальну ідею проекту, адекватну формату WEB 3. 0.

Тема 2. Інтелектуальність та візуальність як феномени сучасного медіа середовища.

Робота над авторським проектом зі створення мультимедійного контенту: Сформулюйте візуальну концепцію авторського проекту.

Тема 3. Трансформація сучасної медіа аудиторії.

Робота над авторським проектом зі створення мультимедійного контенту: Визначте та охарактеризуйте цільову аудиторію авторського проекту.

Тема 4. Варіативність запитів на контент у контексті теорії поколінь.

Робота над авторським проектом зі створення мультимедійного контенту: Визначте особливості запитів на контент цільової аудиторії авторського проекту.

Змістовий модуль II. Технології виробництва мультимедійного контенту

Тема 5. Сучасна типологія мультимедійного контенту.

Робота над авторським проектом зі створення мультимедійного контенту: Визначте вид / тип мультимедійного контенту, актуального для авторського проекту.

Тема 6. Системні характеристики унікального та неунікального мультимедійного контенту.

Робота над авторським проектом зі створення мультимедійного контенту: Охарактеризуйте вимоги до унікального контенту авторського проекту.

Тема 7. Мобільний контент як тренд сучасного медіа середовища.

Робота над авторським проектом зі створення мультимедійного контенту: Охарактеризуйте вимоги до мобільного контенту з тематики авторського проекту.

Тема 8. Технології штучного інтелекту як основа нових форматів мультимедійного контенту.

Робота над авторським проектом зі створення мультимедійного контенту: Охарактеризуйте можливості використання технологій штучного інтелекту в авторському проекті.

Змістовий модуль III. Стратегії просування та монетизації мультимедійного контенту

Тема 9. Системи управління контентом.

Робота над авторським проектом зі створення мультимедійного контенту: Охарактеризуйте можливі варіанти управління контентом авторського проекту.

Тема 10. Сучасні моделі просування та монетизації мультимедійного контенту.

Робота над авторським проектом зі створення мультимедійного контенту: Запропонуйте ефективну модель монетизації контенту авторського проекту.

Тема 11. Користувач у стані «контентного голоду» / «надлишку контенту».

Робота над авторським проектом зі створення мультимедійного контенту: Запропонуйте ефективну рекламно-комерційну модель просування контенту авторського проекту.

Тема 12. Оптимізація контенту у сучасних пошукових системах (2 год.).

Робота над авторським проектом зі створення мультимедійного контенту: Запропонуйте модель репрезентації контенту авторського проекту у пошукових системах.

Критерії оцінювання самостійної роботи

Кожна самостійна робота оцінюється у 5 балів. Максимальне розкриття питання та виконання практичних завдань гарантує студентові отримання високої оцінки, що пізніше буде врахована у загальний рейтинг під час складання навчальної дисципліни на сесії.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;

– володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульна контрольна робота №1 (2 год.)

Модульна контрольна робота проводиться у письмовому вигляді / онлайн формах у форматі розгорнутих відповідей на поставлені завдання.

Тема: Аналіз інтернет-аудиторії станом на 2023 р.

Завдання:

Описати глобальну інтернет-аудиторію станом на 2023 р. (кількість інтернет-користувачів, доступність інтернету по країнах (лідери та аутсайди), кількість користувачів соціальних мереж, популярні («улюблені») соціальні мережі).

Описати українську інтернет-аудиторію станом на 2023 р. (кількість інтернет-користувачів, кількість користувачів соціальних мереж, популярні («улюблені») соціальні мережі).

Модульна контрольна робота №2 (2 год.)

Модульна контрольна робота проводиться у письмовому вигляді / онлайн формах у форматі розгорнутих відповідей на поставлені завдання.

Тема: Динаміка запитів інтернет-аудиторії станом на 2023 р.

Завдання:

Описати рейтинг запитів глобальної інтернет-аудиторії станом на 2023 р. (пріорітизація контенту).

Описати рейтинг запитів української інтернет-аудиторії станом на 2023 р. (пріорітизація контенту).

Модульна контрольна робота №3 (2 год.)

Модульна контрольна робота проводиться у письмовому вигляді / онлайн формах у форматі розгорнутих відповідей на поставлені завдання.

Тема: Аналіз уподобань інтернет-аудиторії станом на 2023 р. щодо нових платформ у медіа середовищі.

Завдання:

Визначити уподобання глобальної інтернет-аудиторії станом на 2023 р. щодо нових платформ в медіа середовищі (нові соціальні мережі, месенджери, чат-боти і т. ін.).

Визначити уподобання української інтернет-аудиторії станом на 2023 р. щодо нових платформ в медіа середовищі (нові соціальні мережі, месенджери, чат-боти і т. ін.).

Критерії оцінювання:

1. Максимальна оцінка за відповідь на кожному модульному контролі – 25 балів.
2. Відповіді мають відповідати таким критеріям:
 - відповідність змісту;
 - повнота і ґрунтовність викладу;
 - доказовість і логічність викладу;
 - термінологічна коректність;
 - здатність до обґрунтування висновків;
 - володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Виробництво та просування мультимедійного контенту» оцінюються за 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.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.
- **Методи письмового контролю:** аналітичне завдання.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

Курс	5 курс
Спеціальність	061 «Журналістика»
Освітня програма:	061.00.01. Журналістика
Форма проведення	Іспит проходить у вигляді письмового тестування в ЕНК. Кожне питання оцінюється в 1 бал. 40 тестових питань – 40 балів. У результаті – студенти мають можливість отримати максимальну кількість балів – 40 балів.
Тривалість проведення:	1 год. 20 хв.
Максимальна кількість балів:	40 балів
Критерії оцінювання	<p>40-38 – відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з, можливими, незначними недоліками</p> <p>37-35 – достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок</p> <p>34-30 – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок</p> <p>29-25 – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності</p> <p>24-20 – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)</p> <p>19-1 – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання</p>
Перелік допоміжних матеріалів	Див. список рекомендованої літератури навчальної програми «Виробництво та просування мультимедійного контенту».

Орієнтовний перелік питань:	<p>Відкриті питання, що передбачають аналіз та інтерпретацію понять та явищ з тематики дисципліни.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Надайте визначення поняття «користувач» та охарактеризуйте його сутнісні риси. 2. Охарактеризуйте <i>принципи структурування контенту</i>. 3. Надайте визначення поняття «гіпертекст» та охарактеризуйте його сутнісні риси. 4. Надайте визначення поняття «інтерактивність» та охарактеризуйте його сутнісні риси. 5. Охарактеризуйте специфіку <i>мобільного контенту</i>.
-----------------------------	--

Порядок переведення рейтингових показників успішності

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, складання модульних контрольних робіт та інших видів контролю.

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

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

- ✓ своєчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;

- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

6.5. Перелік питань для семестрового контролю

1. Надайте визначення поняття «*контент*» та охарактеризуйте його сутнісні риси.
2. Визначте основні характеристики *мультимедіа*.
3. Надайте визначення поняття «*мультимедійний контент*» та охарактеризуйте його сутнісні риси.
4. Охарактеризуйте специфіку мультимедійного контенту доби переходу до WEB 3.0 (2 год.).
5. Проінтерпретуйте *мультимедійний контент* як індикатор культурної мобільності в різних культурних середовищах та мовних ареалах.
6. Класифікуйте *мультимедійний контент* за видами і типами.
7. Охарактеризуйте *інтелектуальність* та *візуальність* як феномени сучасного медіа середовища.
8. Охарактеризуйте феномен *мультизадачної аудиторії*.
9. Охарактеризуйте варіативність *запитів на контент* в контексті теорії поколінь.
10. Охарактеризуйте феномен «*споживання інформації*» («*інформаційний фастфуд*»).
11. Охарактеризуйте специфіку використання *мультимедійного контенту* в сучасному культурному середовищі.
12. Охарактеризуйте явище *нестачі /надлишку контенту*.
13. Охарактеризуйте явище «*атомізації*» контенту.
14. Визначте основні риси *унікального* контенту.
15. Визначте основні риси *неунікального* контенту.
16. Надайте визначення поняття «*мобільний контент*» та охарактеризуйте

його сутнісні риси.

17. Проінтерпретуйте розвиток *розважального контенту* в контексті ігрової природи медіа.

18. Охарактеризуйте *технології штучного інтелекту* як основу нових форматів *мультимедійного контенту*.

19. Охарактеризуйте екосистему *цифрового контенту*.

20. Охарактеризуйте способи та особливості споживання *цифрового контенту*.

21. Охарактеризуйте способи доставки *цифрового контенту*.

22. Надайте визначення поняття «*користувач*» та охарактеризуйте його сутнісні риси.

23. Охарактеризуйте *принципи структурування контенту*.

24. Надайте визначення поняття «*гіпертекст*» та охарактеризуйте його сутнісні риси.

25. Надайте визначення поняття «*інтерактивність*» та охарактеризуйте його сутнісні риси.

26. Надайте визначення поняття «*інфографіка*» та охарактеризуйте його сутнісні риси.

27. Охарактеризуйте специфіку створення *інтерактивної інфографіки*.

28. Охарактеризуйте особливості *відеоконтенту*.

29. Визначте та охарактеризуйте *види контенту для веб-сайту*.

30. Надайте визначення поняття «*корпоративний контент*» та охарактеризуйте його сутнісні риси.

31. Охарактеризуйте *види та типи контенту* в соціальних мережах.

32. Охарактеризуйте специфіку *контенту як засобу просування веб-сайту*.

33. Охарактеризуйте тенденції розвитку *контент-маркетингу*.

34. Надайте визначення поняття «*залучаючий контент*» та охарактеризуйте його сутнісні риси.

35. Охарактеризуйте технології створення та поширення *залучаючого контенту*.

36. Визначте роль *залучаючого контенту* у соціальних мережах.
37. Охарактеризуйте моделі монетизації *мультимедійного контенту*.
38. Охарактеризуйте можливості збільшення попиту на *мультимедійний контент*.
39. Охарактеризуйте явище *спонсорського контенту*.
40. Охарактеризуйте системи *управління контентом*.
41. Охарактеризуйте світовий досвід фільтрації та бокування *небажаного контенту*.
42. Охарактеризуйте специфіку управління *корпоративним контентом та контентом колективного користування*.
43. Охарактеризуйте актуальні *стратегії монетизації контенту*.
44. Охарактеризуйте *платформи монетизації контенту*.
45. Охарактеризуйте міжнародний досвід *монетизації мультимедійного контенту*.
46. Визначте сутнісні риси *контенту для блогів / традиційних соціальних мереж / нових соціальних мереж / месенджерів (варіант обрати за бажанням)*.
47. Визначте сутнісні риси *контенту для інтернет-маркетингу*.
48. Охарактеризуйте *нові види контенту (твіт-контент, контент доданої та віртуальної реальності і т. ін.)*.
49. Охарактеризуйте основні тенденції *оптимізації контенту у сучасних пошукових системах*.
50. Охарактеризуйте тенденції розвитку світового ринку *мультимедійного контенту*.

7. Навчально-методична картка дисципліни

Разом: 90 год., з них: лекційні – 4 год., практичні – 20 год., модульний

контроль – 6 год., самостійна робота – 30.

Тиждень	I	II	III	IV	V
Модулі	Змістовий модуль I. Еволюція цифрового середовища				
Лекції	1			2	
Дати					
Теми лекцій	Мультимедійний контент у добу переходу до WEB 3.0 – 1 бал				
Теми практичних				Інтелектуальність та візуальність як феномени сучасного медіа середовища – 10+1 бал.	Трансформація сучасної медіа аудиторії – 10+1 бал
Самостійна робота	Самостійна робота до Тем 1 – 5 балів.	Самостійна робота до Тем 2 – 5 балів.		Самостійна робота до Тем 3 – 5 балів.	Самостійна робота до Тем 4 – 5 балів.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)				

Тиждень	I	II	III	IV	V
Модулі	Змістовий модуль II. Технології виробництва мультимедійного контенту				
Лекції	1			2	
Дати					
Теми лекцій	Типологія мультимедійного контенту – 1 бал				

Теми практичних				Системні характеристики унікального та неунікального мультимедійного контенту – 10 +1 бал.	Мобільний контент як тренд сучасного медіа середовища – 10+ 1 бал.	Технології штучного інтелекту як основа нових форматів мультимедійного контенту – 10+ 1 бал
Самостійна робота	Самостійна робота до Теми 5 – 5 балів.	Самостійна робота до Теми 6 – 5 балів.			Самостійна робота до Теми 7 – 5 балів.	Самостійна робота до Теми 8 – 5 балів.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)					

Тиждень						
Модулі	Змістовий модуль III. Стратегії просування та монетизації мультимедійного контенту					
Лекції	1			2		
Дати						
Теми лекцій						
Теми практичних	Системи управління контентом – 10 + 1 бал.	–	Сучасні моделі просування та монетизації мультимедійного контенту – 10 +1 бал.	Користувач у стані «контентного голоду» / «надлишку контенту» 10+ 1 бал.	у	Оптимізація контенту у сучасних пошукових системах – 10+ 1 бал
Самостійна робота	Самостійна робота до Теми 9 – 5 балів.		Самостійна робота до Теми 10 – 5 балів.	Самостійна робота до Теми 11 – 5 балів.		Самостійна робота до Теми 12 – 5 балів.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)					

8. Рекомендовані джерела

Основні:

1. Батаєва К.В. Соціальна візуалістика і медіа-візуальність: навчальний посібник / К.В. Батаєва [Текст]. – Кондор-Пресс, 2017. – 344.
 2. Бойлен Алексіс Л. Візуальна культура / Алексіс Л. Бойлен [Текст]. ArtHuss. – 2021. – 208 с.
 3. Гілен П. Креативність та інші фундаменталізми / П. Гілен [Текст] / IST Publishing. – 2019. – 112 с.
 4. Роде М. Характеристики Скетчноутинг. Посібник із візуалізації ідей. / М. Роде [Текст]. К. – 2016. – 224 с.
 5. Фергюсон Н. Площі та вежі. Соціальні зв'язки від масонів до фейсбуку / Н. Фергюсон [Текст]. – Наш форат. – 2018. – 376 с.
 6. Шевченко В. Мультимедійний контент: навчальний посібник. - ВПЦ Київський університет, 2017. – 239 с.
-

Додаткові:

7. Баранецька А.Д. Візуалізація інформації як складник наповнення медіаконтенту / А.Д. Баранецька [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/e68a50b975d85a9c6f0a915782e114bc.pdf>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
8. Беца О. Візуалізувати історію / О. Беца [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://medialab.online/news/vizualizuvaty-istoriyu/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
9. Берінатто С. Хороші діаграми. Поради, інструменти та вправи для кращої візуалізації даних / С. Берінатто [Текст]. – ArtHuss. – 2022. – 288 с.
10. Борисенко Д.А. Інфографіка як спосіб візуалізації інформації в новітніх мас-медіа (на прикладі інтернет-видання «Українська правда» та онлайн-версії «Радіо Вільна Європа» / «Радіо Свобода») / Д.А. Борисенко [Текст] // Освіта, наука та виробництво: розвиток і перспективи: матеріали I Всеукраїнської науково-методичної конференції, м. Шостка, 21 квітня 2016 р. – Суми: СумДУ, 2016.
11. Бурлакова І.В., Швед О.В. Внесок Едварда Тафті в розвиток візуальної комунікації // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences III (11), Is. 67, 2015.- P. 55-60
12. Візуалізація даних: не дивитися, а бачити // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://yellowarrow.design/index.php/ua/blog-article/97-data-visualisation-3d>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
13. Види контенту. Яким він буває та де його використовувати? // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://web-promo.ua/ua/blog/vidy->

kontenta-kakim-byvaet-i-gde-ego-ispolzovat/, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).

14. Власюк Н. ТікТок для бізнесу і не тільки, як працює реклама на платформі мікро-відео / Н. Власюк [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://marketer.ua/ua/tiktok-video-ad/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).

15. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Як гроузахакери змінюють правила гри /Р. Голідей [Текст]. Наш формат, 2018. – 104 с.

16. Грінгард С. Інтернет речей / С. Грінгард [Текст]. – Видавництво «Клуб сімейного дозвілля». – 2018. – 176 с.

17. Гриценко Є. Гуру інфографіки Альберто Каїро: «Краса – лише побічний ефект корисної візуалізації» / Гриценко Є. [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lab.platfor.ma/alberto-cairo-ucu/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).

18. Дорош М. Інформація – це красиво. Частина I. / М. Дорош [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/7816/2012-03-06-informatsiya-tse-krasivo-chastina-1/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).

19. Журналістика даних. Посібник // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://texty.org.ua/archive-books/40161/zhurnalistyka-danykh-posibnyk-40161/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).

20. Інфографіка // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sites.google.com/a/lyceum2.cv.ua/metodicnij-navigator/infografika>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).

21. Засоби візуалізації // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ceit-blog.ucu.edu.ua/resursy/tsyfrovii-instrumenty/zasoby-vizualizatsiyi/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).

22. Кейс. С. ІТ-цунамі: Як бізнесу вижити в третій хвилі інтернету / С. Кейс [Текст]. К.Fund, 2017. – 192 с.

23. Користувацький контент (UGC) — коли рекламні повідомлення для вас створюють тисячі маркетологів // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sendpulse.ua/blog/what-is-user-generated-content>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).

24. Кращі інструменти для ефективного інтернет маркетингу // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://brander.ua/blog/kraschi-instrumenti-dlya-efektivnogo-internet-marketingu>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).

25. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В.Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – К.: Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. – 234 с.

26. Ліченко А. Інтерактивна візуалізація як спосіб представлення великих обсягів даних у медіа (на прикладі видання The Guardian) / А. Ліченко [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/333296021_Interaktivna_vizualizacia_a_k_sposib_predstavlenna_velikih_obsagiv_daniv_u_media_na_prikлади_vidanna_The_Guardian, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
27. Логвіненко В.Г. Використання технології інфографіки для візуалізації навчального контенту / В.Г. Логвіненко [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vikoristannya-tehnologiyi-infografiki-dlya-vizualizatsiyi-navchalnogo-kontentu>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
28. Малінка В. Сам собі лонггрід, або Як зверстати довгі тексти в онлайн-сервісах / В. Малінка [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/how-to/post/17585/2016-10-07-sam-sobi-longgrid-abo-yak-zverstaty-dovgi-teksty-v-onlayn-servisakh/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
-
29. Навіщо візуалізація даних в сучасному інтернет-просторі? // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://yellowarrow.design/index.php/ua/blog-article/98-data-visualisation-web>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
30. Роде М. Характеристики Скетчноутинг. Посібник із візуалізації ідей. / М. Роде [Текст]. К. – 2016. – 224 с.
-
31. Рубан В.В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу / В.В. Рубан [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_30/1/36.pdf, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
32. Рудченко А.С. Візуалізація як тренд у сучасних конвергентних медіа / А.С. Рудченко [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///C:/Users/pc/AppData/Local/Temp/3688-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-7413-1-10-20170516.pdf>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
33. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними / А. Світвуд [Текст]. – 2019. – 152 с.
-
34. Синєпулова Н. Композиція. Тотальний контроль / Н.Синєпулова [Текст]. – ArtHuss. – 2019. – 240 с.
35. Топ 5 інструментів інтернет-маркетингу // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://outsourcing.team/uk/blog/seo-prosuvannya/top-5-instrumentiv-internet-marketingu/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
36. Угольков Є.О. Світові тенденції використання інструментів інтернет-маркетингу / Є.О. Угольков [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2018/mar/9659/iloverpdfcom-97-104.pdf>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).

37. У чому різниця між Інтернет-маркетингом, маркетингом соціальних медіа та контент-маркетингом? // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.thebirthsite.com/post/what-s-the-difference-between-internet-marketing-social-media-marketing-and-content-marketing-567e80/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
38. Філдінг Пол Дж. Як керувати проектами / Пол Дж. Філдінг [Текст]: Фабула, 2022.
39. Шабаниця Д. Стилість, зрозуміість, фактаж: секрети якісної інфографіки / Д. Шабаниця [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/standarty-yakisnoi-jurnalistyky/stylist-zrozumilist-faktazh-sekret-yakisnoyi-infografiky.html>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
40. Що таке інфографіка? Приклади, шаблони та поради з дизайнування інфографіки // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.venngage.com/blog/what-is-an-infographic/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
41. Юдін А. 10 найбільш популярних інструментів інтернет маркетингу // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://marketer.ua/ua/10-naibolee-populyarnyh-instrumentov-internet-marketinga/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
42. Як і для чого використовувати візуалізацію даних? // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eidos.org.ua/novyny/yak-i-dlya-choho-vkorystovuvaty-vizualizatsiyu-danyh/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
43. Які бувають види контенту для сайту? // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wma.lviv.ua/yaki-buvayut-vydy-kontentu-dlya-sajtu>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
44. Як створити інфографіку за 5 кроків [Покрокове керівництво] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.venngage.com/blog/create-infographic/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
45. Яцюк Д.В. Цифровий маркетинг: майбутнє маркетингових комунікацій в брендингу / Д.В. Яцюк [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/7_2015/16.pdf, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
46. ChatGPT // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://chatgpt.org.ua/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023). Матеріал містить характеристики чат-бота.
47. Google навчила чатбот зі штучним інтелектом Bard створювати програмні коди // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/31755/2023-04-24-google-navchyla-chatbot-zi-shtuchnym-intelektom-bard-stvoryuvaty-programni-kody/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).
48. Nvidia представила нейромережу, що створює відео за текстовим описом // // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/trendi/post/31763/2023-04-24-nvidia-predstavyla->

[neyromerezhu-shcho-stvoryuie-video-za-tekstovym-opysom/](#) , вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).

49. 8 питань про візуалізацію, на які вам треба знати відповіді // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.thelede.media/lifehacks/2020/01/21/719/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).

50. 21 неймовірний шаблон мап думок для візуалізації ваших ідей // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.venngage.com/blog/mind-map-templates/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.01.2023).

51. Leborg, С. Visual grammar [Text] / С. Leborg. – New York: Princeton Architectural Press, 2003. – 96 p.
