

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра міжнародної журналістики



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О.Б. Жильцов
2022 року

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

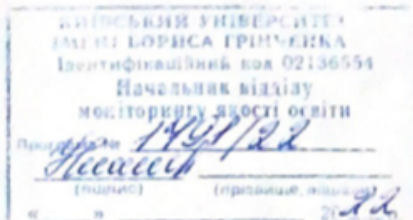
для студентів

спеціальності 061 Журналістика

освітнього рівня другого (магістерського)

освітньої програми 061.00.04 Медіа-комунікації

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 міжнародної журналістики Факультету журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри міжнародної журналістики

Протокол від 5 вересня 2022 року № 1.

Завідувач кафедри

міжнародної журналістики _____ Терещук В. І.

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми 061.00.04 Медіакомунікації

4 вересня 2022 р.

Гарант освітньої програми  Зражевська Н. І.

Робочу програму перевірено

5 вересня 2022 р.

Заступник декана _____  Сошинська В. Є.

Пролонговано:

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

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

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

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

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>	Вибіркова
<i>Мова викладання, навчання та оцінювання</i>	Українська
<i>Загальний обсяг кредитів/годин</i>	6 кредити / 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:

Фахові компетентності:

- ФК-1. Розуміти роль журналістики в суспільстві. Здатність розуміти особливості суспільних процесів; мати знання з правових та етичних засад журналістики; володіти процесами журналістської діяльності; визначати роль медіаструктур у формуванні сучасного комунікаційного простору, виявляти небезпеки певних комунікаційних впливів для особистості, соціальної групи, країни
- ФК-2. Знаходити відповідні теми та ракурси, враховуючи поточні події та контекст. Здатність знаходитись у контексті подій; уміння здійснювати моніторингову діяльність; знати характеристики різних ЗМІ; здатність створення матеріалів на основі аналізу потреб медіаринку.
- ФК-6. Подавати інформацію у відповідній журналістській формі. Володіння комунікативними навичками (висока мовна компетенція); володіння навичками візуальної комунікації; володіння навичками створення текстів у різних жанрах; вміння поєднувати візуальні та текстуальні контенти; використання сучасних інформаційних технологій; розробляти ідеї та технології створення конвергентного інформаційного продукту на основі сучасних технологій.
- ФК-9. Виступати у ролі журналіста-підприємця (розуміти економічні основи професії, ринкові можливості тощо). Розуміти економічні умови, що лежать в основі професії; проявляти ініціативу (створювати власний конкурентний продукт); здатність до аналізу та прогнозування медіаринку; знати практичні аспекти економічної діяльності журналіста (робота фрілансером);

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-7. В умовах виробничої діяльності на основі знань уміти знаходити переконливі аргументи для кожного виду суспільного середовища.
- ПРН-9. В умовах виробничої діяльності на основі розуміння соціальної дійсності та управлінської діяльності, знань форм та механізмів управління різноманітними явищами та процесами уміти знаходити оптимальні рішення у процесі виробництва медійного продукту.
- ПРН-10. Використовуючи знання та ефективно діяти на всіх етапах проектування, організації і створення журналістських матеріалів та наукових розробок.
- ПРН-13. Здатність до системного мислення у професійній журналістській діяльності.
- ПРН-15. В умовах виробничої діяльності виявляти високу адаптивність до змін професійного середовища, мобілізувати інтелектуальні та духовні можливості для самостійного засвоєння нових знань, прогресивних

технологій та інновацій, оновлювати власні професійні компетенції з урахуванням інформаційних потреб аудиторії, що домінуватимуть у перспективі.

- ПРН-17. На основі знань уміти враховувати історичний аспект та специфіку досліджень діяльності різних видів ЗМІ.
- ПРН-18. На основі здобутих знань вміти організовувати роботу редакції в різних типах ЗМІ; володіти технологіями редагування текстів для друкованих ЗМІ, телебачення, вебсайтів; управляти контентом соціальних мереж.

Дисципліна «Практики публічної комунікаційної діяльності: Комунікації в соціальних медіа та мережах» (2 кредити; 60 год.) вивчається студентами V курсу протягом 2 навчального семестру. Аудиторна робота становить 13 % від загального обсягу курсу, проводиться у вигляді лекцій (4 год.) і семінарських занять (4 год.). Для самостійної роботи студентів у навчальному плані виділяється 52 год. Вивчення студентами навчальної дисципліни завершується підсумковим контролем – іспитом.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план для заочної форми навчання

№ п/ п	Назва змістових модулів, тем	У сь ог о	Розподіл годин між видами робіт					Сам ості йна
			Аудиторні					
			Л е к ц ії	С е м і н а р и	П р а к т и ч ні	Л а б о р а т о р ні	І н д и в і д у а л ь н і	
Змістовий модуль І.								
Створення персонального бренду журналіста в соціальних медіа та мережах								
1.	Персональний бренд в соціальних мережах	29	2	2			25	
	<i>Разом</i>	29	2	2			25	
Змістовий модуль ІІ.								
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	
	<i>Разом</i>	31	2	2			27	
	Разом за навчальним планом	60	4	4			52	

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Заочна форма навчання

Змістовий модуль I. 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 II. 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		$44/60 = 0,73$				

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.

Тема 2. 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 3. 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»

Тема 4. 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.

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 чотирьох 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. Проаналізуйте та визначте, до якої складової персонального бренду

	<p>відносяться виступи, лекції та коментарі? (оберіть одну правильну відповідь)</p> <p>a) Публічна комунікація</p> <p>b) Візуальний образ</p> <p>c) Участь в спільнотах</p> <p>d) Face-to-face комунікація</p>
--	---

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

1. Дайте визначення поняттю «соціальна мережа» та охарактеризуйте ключові складові.
2. Дайте визначення поняттю «соціальні медіа» та охарактеризуйте ключові складові.
3. Дайте визначення поняттю «персональний бренд» та охарактеризуйте ключові складові бренду у соціальних мережах.
4. Охарактеризуйте ключові кризові виклики в епоху розвитку соціальних мереж (криза уваги, довіри та експертності).
5. Дослідіть складові персонального бренду та охарактеризуйте кожен з них.
6. Визначте зміст та стиль персонального бренду в соціальних мережах.
7. Зробіть порівняльну характеристику трендів цифрової журналістики за попередні 10 років.
8. Проаналізуйте формати висвітлення матеріалів у соціальних мережах.
9. Охарактеризуйте методіку Монро та трикутник висвітлення матеріалу «автор-аудиторія-контекст» як інструменти донесення інформації до аудиторії в соціальних медіа та мережах.

10. Дослідіть та порівняйте креативні інструменти та формати створення контенту для соціальних медіа та мереж.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре Добре	82-89 75-81
Задовільно Достатньо	69-74 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://euprostr.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/zhurnalist-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)