

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

2020 р.



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 - 2020



Розробник:

Шиян Віктор Олександрович, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, Інституту журналістики, Університету Грінченка.

Викладачі:

Шиян Віктор Олександрович, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, Інституту журналістики, Університету Грінченка;

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 26 серпня 2020 року № 1

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

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

26 серпня 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми  М.М.Нетреба

Робочу програму перевірено

28 серпня 2020 року

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	2	-
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, здатність формувати Digital стратегії та застосовувати відповідний інструментарій при виробництві і просуванні контенту. 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»:*

ДПРН-2 Для спеціалізації «Digital продакшн». Знати основи digital індустрії, 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 контенту;
- 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	Практичних			
Модуль I. Виробництво контенту									
1	Сутність та види контенту	20	10	4	2	4	10		
2	Методи та принципи виробництва контенту	34	16	4	2	10	20		
	Модульна контрольна робота 1	4						4	
	<i>Разом</i>	60	26	8	4	14	30	4	
Модуль II. Просування контенту									

3	Методи та принципи просування контенту	18	10	4	2	4	8		
4	Технічні засоби для просування контенту	10	6	2	2	2	4		
	Модульна контрольна робота 2	2						2	
	<i>Разом</i>	30	18	6	4	6	12	2	
	Всього за навчальним планом	90	48	14	8	20	42	6	

5. Програма навчальної дисципліни

МОДУЛЬ І. Виробництво контенту

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. 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.

ТЕМА 2. МЕТОДИ ТА ПРИНЦИПИ ВИРОБНИЦТВА КОНТЕНТУ

Методи розробки текстового, відео, фото контенту. Принципи виробництва контенту. Етапи виробництва контенту. Підготовка до створення матеріалів. Дослідження аудиторії, яка сприймає контент. Створення статусу експерту. Розробка контент-стратегії для блогу комерційної компанії, новинного сайту, сторінок у соціальних мережах Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Pinterest та інших. Рекомендації щодо покращення читабельності тексту. Створення портрету

власного читача: визначення улюблених тем, інформаційних труднощів, вимог до контенту, цінностей в контенті, моніторинг поведінки читача в інтернеті. Підхід до розробки структури статті. Методи доказу власної думки в статті. Підхід до розробки списку ключових слів, за якими цільова аудиторія здійснює пошук інформації. Особливості виробництва SEO текстів з метою їх успішного ранжування у пошукових мережах. Техніки та прийоми виділення ключових слів у тексті. Види входження ключових слів у текст: точне, чисте, пряме, розбавлене, відмінюване, географічне, синонімічне, входження з помилкою, входження з іноземними словами, перевернуте та комбіноване входження. Визначення тем, для створення статті. Дотримання рекомендованих обсягів статті. Застосування питальних слів в контенті. Принципи створення цікавих заголовків. Використання техніки НЛП в копірайтингу. Способи та методи скорочення тексту. Редакторські рекомендації з написання текстів. Правила написання цифр, чисел, номерів. Методи швидкого написання текстів. Використання веб сервісів з метою пошуку ідей для написання текстів. Вебінари, як спосіб донесення важливої інформації.

МОДУЛЬ II.

Просування контенту

ТЕМА 3. МЕТОДИ ТА ПРИНЦИПИ ПРОСУВАННЯ 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. 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. ТЕХНІЧНІ ЗАСОБИ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ КОНТЕНТУ

Огляд систем адміністрування веб-сайтів, що дозволяють розміщувати різні види контенту. Технічні можливості для створення власного блогу. Можливості

соціальних мереж для розміщення та просування контенту. Технічні засоби для перевірки унікальності тексту. Веб сервіси, що дозволяють перевіряти наявність схожих зображень. 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.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	4	4	3	3
Відвідування семінарських занять	1	2	2	2	2
Відвідування на практичному занятті	1	7	7	3	3
Робота на семінарському занятті	10	2	20	2	20
Робота на практичному занятті	10	7	70	3	30
Лабораторна робота					
Виконання завдань для самостійної роботи	5	5	25	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ					
<i>Разом</i>			153		93
Максимальна кількість балів	251				
Розрахунок коефіцієнта	$246 : 60 = 4,1$ Студент отримав за результатами поточної роботи 238 балів Оцінка до іспиту: $238:4,1 = 58$ балів				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Модуль I. Виробництво контенту

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 1. Сутність та види контенту.

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

Самостійна робота 3. Тема 2. Методи та принципи виробництва 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 2. Методи та принципи виробництва 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 2. Методи та принципи виробництва контенту.

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

Модуль II. Просування контенту

Самостійна робота 6. Тема 3. Методи та принципи просування контенту.

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 4. Технічні засоби для просування контенту.

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 – 2, 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 Паблишер, 2016. 440 с.
2. Кудряшов Д., Козлов Е. Администратор Instagram. Рига : Arpads 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	Виробництво контенту			
К-сть балів за модуль	153			
Лекції	1	2		
Теми лекцій	Тема 1.	Тема 2.		
Відвідування лекцій	2 бала	2 бала		
Семінарські заняття	1	2		
Теми семінарських занять	Тема 1.	Тема 2.		
Відвідування семінарських занять	1 бал	1 бал		
Робота на семінарських заняттях	10 балів	10 балів		
Практичні заняття	1	2		
Теми практичних	Тема 1.	Тема 2..		

занять (II)				
Відвідування практичних занять	2 бал	5 бали		
Робота на практичних заняттях	20 балів	50 балів		
Самостійна робота	СР №1, СР №2 10 балів	СР №3, СР №4, СР №5 15 балів		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота №1 (25 балів)			
Модуль Назва модуля	Змістовий модуль II Просування контенту			
К-сть балів за модуль	93			
Лекції	3	4		
Теми лекцій	Тема 3.	Тема 4.		
Відвідування лекцій	2 бал	1 бал		
Семінарські заняття	3	4		
Теми семінарських занять	Тема 3.	Тема 4.		
Відвідування семінарських	1 бал	1 бал		

заняць				
Робота на семінарських заняттях	10 балів	10 балів		
Практичні заняття	4	5		
Теми практичних занять (II)	Тема 4.	Тема 5.		
Відвідування практичних занять	2 бал	1 бал		
Робота на практичних заняттях	20 балів	10 балів		
Самостійна робота	СР №3 5 балів	СР №4 5 балів		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота №2 (25 балів)			
Підсумковий контроль	Комплексний іспит			

ВСЬОГО 246

