

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
Навчально-науковий інститут журналістики
Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Заступник директора
з навчально-виховної роботи

Віталій КОРНЄЄВ

2022 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Рейтинг у цифровому медіапросторі та SMM-технології просування
медіапродукту
для студентів

601-1

галузь знань
спеціальність
освітній рівень
освітня програма
вид дисципліни

06 "Журналістика"
061 "Журналістика"
другий (магістерський)
Цифрові медіа
вибору студента

Форма навчання
Навчальний рік
Семестр
Кількість кредитів ECTS
Мова викладання, навчання
та оцінювання
Форма заключного контролю

денна
2022 / 2023
3
15
українська
екзамен

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ («_____») «_____» 20__р.

КИЇВ – 2022

Розробник:

Руслан ВЕРБОВИЙ, кандидат наук із соціальних комунікацій,
асистент кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри мультимедійних технологій і
медіадизайну  (Вікторія ШЕВЧЕНКО)

Протокол № 13 від 3 червня 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту
журналістики

Протокол №1 від 29 серпня 2022 року

Голова науково-методичної комісії  (Анастасія ВОЛОБУСВА)

29 серпня 2022 року

1. Мета дисципліни – навчити студентів писати тексти для цифрових медіа, у тому числі комерційні та клієнтоорієнтовані; а також продемонструвати майбутнім професіоналам можливості текстів для досягнення бізнесових цілей та завдань.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

1. Володіння навичками пошуку інформації в інтернеті.
2. Знання видів контенту в digital-середовищі.
3. Навички роботи з мультимедійним та інтерактивним контентом.
4. Вміння грамотно писати українською мовою.

3. Анотація навчальної дисципліни:

Навчальний курс спрямований на опанування студентами майстерності написання текстів для цифрових медіа. Студенти вчаться працювати з різними жанрами та форматами текстів, опановують інформаційний стиль викладу матеріалу. Увага приділяється вивченню принципів “копірайтингу 2.0” та формуванню навички застосовувати їх на практиці. Зокрема, студенти практикуються в написанні текстів статей, великих за об'ємом і фактажем; текстів для формату лонгріду; комерційних текстів для сайтів і посадкових сторінок; текстів для інформаційних і комерційних розсилок тощо. Також студенти в межах вивчення курсу опановують психологічні прийоми в копірайтингу та сторітелінгу, базові знання з SEO-копірайтингу.

Особлива увага приділяється написанню текстів і рекламних оголошень для соціальних мереж, виробництву авторського контенту та підготовці текстів для messenger-сповіщень. У межах навчальної дисципліни студенти вчаться проєктувати “tone of voice” та “call to action”; збільшувати охоплення аудиторії в соціальних мережах, залучати та утримувати її.

4. Завдання (навчальні цілі):

- навчити працювати з різними жанрами та форматами текстів (різного обсягу, для формату лонгріду; комерційних текстів для сайтів і посадкових сторінок; текстів для інформаційних і комерційних розсилок тощо);
- засвоїти принципи “копірайтингу 2.0”;
- опанувати психологічні прийоми в копірайтингу та сторітелінгу, базові знання з SEO-копірайтингу.

Загальні компетенції відповідно до ОПП, що реалізуються при вивченні дисципліни «Рейтинг у цифровому медіапросторі та SMM технології просування медіапродукту»:

ЗК-2. Здатність планувати час та управляти ним.

ЗК-4. Здатність використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької або інноваційної роботи.

Фахові компетенції відповідно до ОПШ, що реалізуються при вивченні дисципліни «Рейтинг у цифровому медіапросторі та SMM технології просування медіапродукту»:

ФК-3. Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної чи недостатньої інформації та суперечливих вимог під час проектування та запуску власних цифрових медіа.

ФК-6. Здатність приймати рішення у складних і непередбачуваних умовах дослідницької або інноваційної роботи, що потребує застосування нових підходів та прогнозування при запуску власних стартапів в галузі цифрових медіа та при впровадженні власних інноваційних проєктів.

5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінюванн я та <u>пороговий</u> критерій оцінюванн я	Відсото к у підсумк овій оцінці з дисцип ліни
Код	Результат навчання			
1.1.	Знати термінологію, що застосовується у копірайтингу, SEO та SMM.	Лекція, лабораторне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, виконання практичних завдань	10 %
1.2.	Знати жанри, формати та критерії якості текстів цифрових медіа.	Лекція, лабораторне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, виконання практичних завдань	10 %
1.3.	Знати психологічні прийоми в копірайтингу та сторітелінгу.	Лабораторне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, виконання практичних завдань	10 %
2.1.	Вміти писати комерційні тексти для сайтів і посадкових сторінок; тексти	Лабораторне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, виконання	10 %

	для інформаційних і комерційних розсилок.		практичних завдань	
2.2.	Вміти виробляти авторський контент та готувати тексти для messenger-сповіщень; проєктувати “tone of voice” та “call to action”.	Лабораторне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, виконання практичних завдань	10 %
2.3.	Вміти збільшувати охоплення аудиторії в соціальних мережах, залучати та утримувати її	Лабораторне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, виконання практичних завдань	10 %
3.1	Презентувати власний проєкт.	Лекція, лабораторне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, виконання практичних завдань	10 %
3.2.	Аналізувати і обґрунтовано пояснювати переваги та недоліки робіт своїх одногрупників.	Лабораторне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, виконання практичних завдань	10 %
4.1	Самостійно критично опрацьовувати матеріал у вигляді презентацій, текстів лекцій та вебінарів, розробляти власний проєкт.	Лабораторне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, виконання практичних завдань	10 %
4.2.	Вирішувати комплексні завдання, пов’язані із написанням текстів для цифрових медіа.	Лабораторне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, виконання практичних завдань	10 %
	Разом:			100%

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання:

Результати навчання дисципліни (код). Програмні результати навчання	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	4.1	4.2
ПРН-2.Планувати дослідження у галузі	+				+				+	+

соціальних комунікацій на замовлення стейкхолдерів, що зацікавлені в точній, масштабній та оперативній інформації щодо цифрових медіа.										
ПРН-4. Використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької та/або інноваційної роботи для залучення якомога більшої аудиторії до власних проєктів, у тому числі, для залучення іноземних інвестицій для реалізації стартапів у сфері цифрових медіа.		+			+			+		
ПРН-12. Здійснювати пошук необхідних знань для планування роботи у галузі цифрових медіа, у тому числі, знань, що потребують автоматизованої обробки результатів пошуку.			+	+				+		
ПРН-15. Робити висновки про незавершеність дослідження і застосування нових підходів у галузі цифрових медіа, пропонувати подальші їх перспективи.			+				+			+

7. Схема формування оцінки.

7.1. Форми оцінювання студентів:

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема **оцінювання теоретичної підготовки** – результати навчання (**знання 1.1–1.3**), що складає 30% від загальної оцінки й **оцінювання практичної підготовки** – результати навчання (**вміння 2.1–2.3**); (**комунікація 3.1–3.2**); (**автономність та відповідальність 4.1–4.2**), що складає 70% загальної оцінки.

Теоретична підготовка студентів оцінюється на лекційних та лабораторних заняттях у вигляді усних опитувань і під час тесту на екзамені.

Практична підготовка оцінюється на лабораторних заняттях у вигляді

виконаних практичних занять і завдань самостійної роботи.

Семестрове оцінювання

Всі робочі матеріали та завдання, необхідні до виконання, завантажуються у Google-class. Студент має завантажити виконані роботи у терміни, зазначені для кожного завдання. Результати оцінених робіт студент отримує на свій акаунт. Підсумкова оцінка розраховується відповідно до отриманих балів. Якщо студент не здав вчасно завдання, бал знижується.

Семестрову кількість балів формують бали, отримані студентом у процесі засвоєння матеріалу на лекційних та лабораторних заняттях та виконання самостійних робіт.

Оцінювання за формами контролю:

Семестрову кількість балів формують бали, отримані студентом у процесі засвоєння матеріалу в аудиторії та виконання самостійних робіт.

	ЗМ 1		ЗМ 2	
	Min 18	Max 30	Min 18	Max 30
Усна відповідь, доповнення	1	3	1	3
Написання текстів (6 робіт максимум по 4 бали)	7	12	7	12
Завдання для самостійної роботи	10	15	10	15

Перелік самостійних робіт

Завдання	Бали (Max 30)
Розробити власний контент-план для сайту	10
Розробити власний контент-план для SMM	10
Провести автоматизовану кампанію в SMM	10
Всього:	30

У разі відсутності студента на занятті, розглянуті питання відпрацьовуються у письмовій формі і завантажуються у Google-class. Загальна кількість балів за аудиторну роботу складає максимум 30 балів, за самостійну роботу – 30 балів, екзамен – 40 балів.

Підсумкове оцінювання:

Екзамен проводиться у вигляді тесту (максимум 40 балів).

Для студентів, які набрали сумарно меншу кількість балів ніж **критично-розрахунковий мінімум – 20 балів**, не виконали індивідуальні завдання, для одержання екзамену обов'язково повинні виконати додаткові завдання, узгоджені з викладачем. **Рекомендований мінімум для допуску до екзамену – 36 балів.**

У випадку відсутності студента з поважних причин відпрацювання та перездачі здійснюються у відповідності до «Положення про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка» від 12 червня 2020 року.

Умови допуску до підсумкового контролю:

Рекомендований мінімум допуску до екзамену складає 36 балів. Навчальна дисципліна оцінюється за модульно-рейтинговою системою. Результати навчальної діяльності студентів визначаються за 100-бальною шкалою. Умовою успішності вивчення дисципліни є виконання самостійних робіт. Дисципліна складається з 2 модулів, за які студент може набрати максимально 60 балів і мінімально – 36 балів.

Результати навчальної діяльності студентів визначаються за 100-бальною шкалою.

	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Екзамен	Підсумкова оцінка
Мінімум	18	18	24	60
Максимум	30	30	40	100

Якщо студент не з'явився на підсумковий контроль, у поточній рейтинговій відомості зазначається «не з'явився» та виставляється «0» балів. Студент, який з поважної причини пропустив ПК, зобов'язаний надати відповідний документ, і викладач, за погодженням з дирекцією Навчально-наукового інституту журналістики, призначає нову дату проведення ПК.

Для студентів, які набрали сумарно меншу кількість балів ніж **критично-розрахунковий мінімум – 20 балів**, не виконали індивідуальні завдання, для одержання іспиту обов'язково повинні виконати додаткові завдання, узгоджені з викладачем і завантажити їх у Google-class.

У випадку відсутності студента з поважних причин відпрацювання та перездачі здійснюються у відповідності «Положення про систему забезпечення якості освіти та освітнього процесу в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка» від 12 червня 2020 року.

7.2. Організація оцінювання:

Оцінювання здійснюється на лабораторних заняттях відповідно до теми заняття. Самостійні роботи здаються в Google Classroom відповідно до дедлайнів.

Критерії оцінювання:

1. Усна відповідь:

3 бали – студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом про поняття рейтингу в цифрових медіа, різновиди цифрових текстів та їх структуру, написання текстів в інформаційному стилі, роботу з різними жанрами та орнаментациєю тексту, вільно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого завдання, використовуючи обов'язкову та додаткову літературу.

2 бали – студент у достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом про поняття рейтинг в цифрових медіа, різновиди цифрових текстів та їх структуру, написання текстів в інформаційному стилі, роботу з різними жанрами та орнаментациєю тексту, вільно його викладає, але може не

вистачати аргументації в поясненнях, в основному розкриває зміст поставленого завдання, використовує обов'язкову літературу. Допускаються несуттєві неточності.

1 бал – не в повному обсязі володіє матеріалом про поняття рейтингу в цифрових медіа, різновиди цифрових текстів та їх структуру, написання текстів в інформаційному стилі, роботу з різними жанрами та орнаментациєю тексту, фрагментарно та поверхово його викладає, недостатньо розкриває зміст поставлених питань. Має суттєві помилки у відповіді.

2. Доповнення / обговорення робіт однокласників:

2 бали – доповнення про поняття рейтингу в цифрових медіа, різновиди цифрових текстів та їх структуру, написання текстів в інформаційному стилі, роботу з різними жанрами та орнаментациєю тексту змістовне, ґрунтовне, конструктивне, засноване на знанні теоретичного матеріалу,

1 бал – доповнення про поняття рейтингу в цифрових медіа, різновиди цифрових текстів та їх структуру, написання текстів в інформаційному стилі, роботу з різними жанрами та орнаментациєю тексту містить інформацію, що суттєво не розширює дискусію.

3. Письмова практична робота:

4 бали – студент в повному обсязі використав теоретичний матеріал для виконання практичного завдання з розробки власного контент-плану для сайту, SMM, проведення автоматизованої кампанії в SMM.

3 бали – студент виконав власний проект з розробки власного контент-плану для сайту, SMM, проведення автоматизованої кампанії в SMM вірно, але не здатен аргументувати.

2 бали – у виконаному завданні з розробки власного контент-плану для сайту, SMM, проведення автоматизованої кампанії в SMM є суттєві недоліки, студент не здатен пояснити технологію виконання.

1 бал – студент виконав завдання керуючись інтуїцією.

4. Самостійна робота (30 балів):

30–22 балів студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, правильно застосовує теоретичні знання про поняття рейтингу в цифрових медіа, різновиди цифрових текстів та їх структуру, написання текстів в інформаційному стилі, роботу з різними жанрами та орнаментациєю тексту і демонструє практичні навички з розробки власного контент-плану для сайту, SMM, проведення автоматизованої кампанії в SMM, всі завдання аргументовано підписані, студент демонструє самостійність, достовірність, якість виконання завдання, креативність мислення.

22–16 балів – студент у достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, правильно застосовує теоретичні знання про поняття рейтингу в цифрових медіа, різновиди цифрових текстів та їх структуру, написання текстів в інформаційному стилі, роботу з різними жанрами та орнаментациєю тексту, але може не вистачати аргументації в поясненнях, в основному розкриває зміст поставленого завдання, демонструє

самостійність виконаного завдання з розробки власного контент-плану для сайту, SMM, проведення автоматизованої кампанію в SMM. Допускаються несуттєві неточності.

16–10 балів – студент не в повному обсязі виконав завдання з розробки власного контент-плану для сайту, SMM, проведення автоматизованої кампанію в SMM, не демонструє глибини знань, самостійності у вирішенні поставлених завдань про поняття рейтингу в цифрових медіа, різновиди цифрових текстів та їх структуру, написання текстів в інформаційному стилі, роботу з різними жанрами та орнаментациєю тексту, не спирається на необхідну навчальну літературу, робота містить суттєві неточності.

10–0 балів – не в повному обсязі володіє матеріалом про поняття рейтингу в цифрових медіа, різновиди цифрових текстів та їх структуру, написання текстів в інформаційному стилі, роботу з різними жанрами та орнаментациєю тексту, фрагментарно та поверхово його викладає, недостатньо розкриває зміст поставлених завдань. Має суттєві помилки в роботі з розробки власного контент-плану для сайту, SMM, проведення автоматизованої кампанію в SMM. Демонструє не самостійність у виконанні завдань.

7.3. Шкала відповідності оцінок

Відмінно / Excellent	90–100
Добре / Good	75–89
Задовільно / Satisfactory	60–74
Незадовільно / Fail	0–59

8. Структура навчальної дисципліни.

Тематичний план лекцій, лабораторних занять і самостійної роботи

№ Тем и	Назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Лабораторні заняття	Самостійна робота
Змістовий модуль 1. Рейтинг у цифровому медіапросторі				
01.	Поняття рейтингу в цифрових медіа. Різновиди цифрових текстів та їх структура.	2	6	16
02.	Написання текстів в інформаційному стилі. Копірайтинг 2.0.	2	6	16
03.	Написання текстів статей, великих за об'ємом та фактажем.	2	6	16
04.	Написання текстів для формату лонгріду. Робота з різними жанрами та орнаментациєю тексту.	2	6	16
05.	Написання комерційних текстів для сайтів. Робота з текстовими блоками		6	16

	посадкових сторінок.			
06.	Психологічні прийоми в копірайтингу. Нейрокопірайтинг.		6	16
07.	Написання текстів для інформаційних та комерційних розсилок.		6	16
08.	Сторітеллінг в текстах цифрових медіа, його принципи та прийоми. Базові сюжети. Робота з нарративом комерційних проєктів. Трансмедійний сторітеллінг.		6	16
09.	SEO-копірайтинг та написання текстів з урахуванням пошукової оптимізації.		6	16
10.	Написання кейсів, історій успіху та білих книг для сфери бізнесу.		6	16
	Всього за ЗМ1	8	60	160
Змістовий модуль 2. SMM технології просування медіапродукту				
01.	Написання текстів для соціальних мереж Facebook, Instagram, Telegram.	2	6	15
02.	Написання рекламних оголошень для соціальних мереж.	2	6	15
03.	Виробництво контенту та підготовка текстів для messenger-сповіщень.	2	6	15
04.	Написання “tone of voice” та “call to action” для SMM.	2	6	15
05.	Написання PR-текстів для соціальних мереж.		6	15
06.	Робота зі збільшення охоплення аудиторії в соціальних мережах.		6	15
07.	Робота із залучення та утримання аудиторії в соціальних мережах.		6	16
08.	Робота з рекламними кабінетами соціальних мереж. Запуск реклами. Аналіз трафіку.		6	16
09.	Контент-маркетинг і SMM.		6	16
10.	Автоматизація роботи SMM.		6	16
	Всього за ЗМ2	8	60	154
Всього:		16	120	314

Загальний обсяг – **450 годин**, в тому числі:

Лекції – **16 год.**

Лабораторні заняття – **120 год.**

Самостійна робота – **314 год.**

9. Рекомендовані джерела:

Основні:

1. Каплунов Д. Королі соціальних мереж. Київ: Наш формат. 2022. 432 с.
2. Марк М. Герой і бунтар. Створення бренду за допомогою архетипів. 2005. 336 с.
3. Шевченко В.Е. Атрибути бренду українських медіа. *Obraz*, 2022. Vol.1 (38). Р. 41–52. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.1\(38\)-41-52](https://doi.org/10.21272/Obraz.2022.1(38)-41-52)
4. Шевченко В. Мультимедійний контент : конспект лекцій з навчальної дисципліни. К.: Інститут журналістики, 2016. Режим доступу: https://issuu.com/victoryshe/docs/multimedia_conspect_final
5. Шевченко В.Е. Мультимедійний контент. Київ: ВПЦ Київський університет, 2017. 239 с.
6. Кані Л. Джоні Айв. Легендарний дизайнер Apple. 2014. 384 с.
7. Kindem G. *Introduction to Media Production: The Path to Digital Media Production*. Focal Press. 2009. 532 p.

Додаткові:

1. Іноземцева К. Як стати популярним автором. Тексти на службі особистого бренду. 5 кроків. 2017. 288 с.
2. Міллер Д. Створи StoryBrand. Розкажи історію бренду, і тебе почують. Харків: Vivat, 2021. 240 с.
3. Саленбахер Ю. Створіть особистий бренд: Як знаходити можливості, розвиватися і виділятися. 2018. 148 с.
4. Стопп В. Наука сторітелінгу. Київ: Наш формат, 2022. 224 с.
5. Shevchenko, V., & Tsykhovska, E. (2022). Trend of personalization of journalism: personal brand of a journalist. *Aktual'ni Pytannya Masovoyi Komunikatsiyi. Current Issues of Mass Communication*, (31), 30–39. DOI: <https://doi.org/10.17721/CIMC.2022.31.30-39>
6. Roberts-Breslin J. *Making Media: Foundations of Sound and Image Production* / Jan Roberts-Breslin. Focal Press, 2011. 318 p.