

**1. Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1** | **2** | **3** |
| **Галузь знань, спеціальність,** **освітня програма** **рівень вищої освіти**  | **Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі**  | **Характеристика навчальної дисципліни** |
| очна (денна) форма здобуття освіти | заочна (дистанційна) форма здобуття освіти |
| **Галузь знань**06 «Журналістика» | Кількість кредитів – 3 | **Обов’язкова**в межах факультету |
|  |
| **Спеціальність**061 «Журналістика» | Загальна кількість годин – 90 | **Семестр:** |
| 1-й | 1-ий |
| \*Змістових модулів –4 | **Лекційні** |
| **Освітньо-професійна програма**«Журналістика*»* | 8 год | 4 год |
| **Практичні** |
| 16 год | 4 год |
| **Самостійна робота** |
| 66 год. | 82 год |
| **Рівень вищої освіти**Магістерський | **Вид підсумкового семестрового контролю**: залік |

### **2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Метою** викладання дисципліни «Блоги і соціальні мережі» є представлення і подальше опанування студентами методів для комплексного прогнозування, створення цифрового контенту особистого, комерційного спрямування у межах блогу; навчання як вигадувати сторітелінг у межах оформленого контент-плану та його подальшої реалізації, працювати з диджитал-інструментами, програмами, застосунками у наповненні сайтів, блогів, акаунтів у соціальних мережах.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Блоги і соціальні мережі є ознайомлення студентів з принципами роботи з цифровим контентом, комп’ютерними програмами та телефонними застосунками, правилами подачі контенту, наповненням контент-плану, основними екранними формами; набуття практичних навичок роботи зі знімальною технікою та супутніми пристроями для відеозйомки (накамерне світло, «коло») й редагування відео, аудіо, текстів, а також виявлення у магістрів індивідуальних здібностей блогерської творчості, у тому числі у рамках SMM-стратегії, та формування практичних умінь і спрямування особистісного потенціалу на певний етап підготовки в комплексному творчо-виробничому процесі.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких результатів навчання (знання, уміння тощо) та компетентностей:

|  |  |
| --- | --- |
| Заплановані робочою програмою результати навчаннята компетентності  | Методи і контрольні заходи |
| ЗК03.Здатність генерувати нові ідеї (креативність).ЗК07. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.ЗК08. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівняСК03. Здатність приймати ефективні рішення у сфері журналістики.СК05. Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки з питань журналістики, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.СК09. Здатність створювати аналітичні медіапродукти різних жанрів і форм з урахуванням формату медіа та потреб ринку, аудиторії.РН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.РН11. Брати продуктивну участь у розробленні проєктів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство. | Аналіз актуальних станів та історії соціальних мереж.Розробка контент-плану публікацій, що включає мінімум 7 різноманітних за жанровою / формою / інформаційним приводом матеріалів для публікації на блогах чи у соціальних мережах. Створення текстового допису із серією оброблених фотографій. Створення сторіз у відеоформаті без застосування монтажних ефектів (пряма зйомка). Створення рілз у програмі монтажу, сценарним розвитком подій, фінальною ідеєю. Запис спічу (сторіз, рілз) із появою у кадрі. |

**Міждисциплінарні зв’язки**

Курс пов’язаний із дисциплінами: «Лонгрид», «Маркетингові комунікації», у навчанні ключовим засобам та методам професійної роботи з цифровим (текст, фото, відео, інтегровані гіперпосилання, опитування) контентом, опануванні укладання контент-плану, його модернізації для розширення аудиторії у межах особистої та корпоративної сторінки у соціальних мережах та блогах.

**3. Програма навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль 1. Цифровий сторітелінг: монетизація через історію**

Технічне забезпечення навчання на факультеті журналістики. Предмет, структура і завдання курсу. Дифузія телевізійної журналістики в цифрову та базові причини цього явища. Сторітелінг та його сфери застосування. Різновиди жанру (методу). Форми подачі (емоційний та технічний). Монетизація у соціальних мережах. Створення контент-плану.

**Змістовий модуль 2. Диджитал-інструменти в журналістиці: огляд та ефект**

Огляд основного технічного оснащення для введення блогу: смартфон, камера, мікрофон, штатив, портативне світло, flycam. Крупність планів, панорамування. Точка зйомки та фокус. Рір-проєкція. Види світла.

**Змістовий модуль 3. Просування інформації як продукту**

Основні жанри в соціальних мережах. Рілз, сторіз, сторіз-спіч, опитування, публікація. Форми розповсюдження контенту (авторський, репост, копіювання). Правила ефективного просування на різних етапах реалізації проєкту. Залучення реклами, лідерів думок, участь у марафонах, акціях, гіфах. Ключові слова та сервіси для створення семантичного ядра (Google Adwords, Serpstat). Теги.

**Змістовий модуль 4. Тренди в диджитал контенті**

Основні тренди на фото та відео: огляд ситуації останніх років. Органічне відео, відхід від класичного маркетингу. Особистий та корпоративний акаунт. Короткі відеоелементи: сторіз, рілз. Як їх готувати, знімати та монтувати. Прямі ефіри та їх базовий функціонал. Регулярність та різноманітність контенту. Туторіал – комбінована відеоформа з корисним контентом у вигляді інструкції. Із історії появи туторіалів. Правила подачі туторіалів. Лайфхаки та як подавати їх аудиторії. Серійність та регулярність подачі. Прогнози щодо розвитку соціальних мереж.

**4. Структура навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Змістовий модуль | УсьогоГодин | Аудиторні (контактні) години | Самостійнаробота, год | Система накопичення балів |
| Усьогогодин | Лекційні заняття, год | Практичнізаняття, год | Теор.зав-ня, к-ть балів | Практ.зав-ня,к-ть балів | Усього балів |
| о/дф. | з/дистф. | о/д ф. | з/дистф. | о/д ф. | з/дистф. |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| 1 | 15 |  | 2 | 1 | 4 | 1 | 9 | 13 | 3 | 12 | 15 |
| 2 | 15 |  | 2 | 1 | 4 | 1 | 9 | 13 | 3 | 12 | 15 |
| 3 | 15 |  | 2 | 1 | 4 | 1 | 9 | 13 | 3 | 12 | 15 |
| 4 | 15 |  | 2 | 1 | 4 | 1 | 9 | 13 | 3 | 12 | 15 |
| Усього за змістові модулі | 60 | 24/8 | 8 | 4 | 16 | 4 | 36 | 52 | 12 | 48 | 60 |
| Підсумковий семестровий контроль**залік** | 30 |  |  |  |  |  | 30 | 30 | 20 | 20 | 40 |
| Загалом | **90** | **100** |

**5. Теми лекційних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № змістового модуля | Назва теми | Кількістьгодин |
| о/дф. | з/дистф. |
| 1. | Блогінг: історія та сучасність | 2 | 1 |
| 2. | Сторітелінг як спосіб промоції | 2 | 1 |
| 3. | Контент-план та правила його написання | 2 | 1 |
| 4. | Таргетована аудиторія: правила складання портрету аудиторії | 2 | 1 |
| Разом | **8** | **4** |

**5. Теми практичних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № змістового модуля | Назва теми | Кількістьгодин |
| о/дф. | з/дистф. |
| 1. | Цифровий сторітелінг: ефективна монетизація через історію | 2 | 1 |
| 1. | Сучасні диджитал-інструменти в журналістиці | 2 |  |
| 2. | Технічне оснащення журналіста-блогера | 2 | 1 |
| 2. | Контент-план та правила його написання | 2 |  |
| 3. | Платформи для створення і розповсюдження медіапроектів | 2 |  |
| 3. | Таргетована аудиторія: правила складання портрету аудиторії | 2 |  |
| 4. | Лайфхаки, туторіали для медіопроєктів: покроковість створення | 2 | 1 |
| 4. | Перспективи розвитку сторітелінгу та диджитал-інструментів | 2 | 1 |
| Разом | **16** | **6** |

**6. Види і зміст поточних контрольних заходів**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №змістовогомодуля | Вид поточногоконтрольного заходу | Зміст поточногоконтрольного заходу | КритеріїОцінювання | Усього балів |
| 1 | Перевірка теоретичних знаньТестування | Тестування в системі Moodle.Час 5 хвилин.Спроба – 1.3 питання з вибором 1 правильної відповіді з множини. | У разі повної відповіді на всі питання студент отримує 3 б. | 3 |
| 1 | Практичне завданняПрезентація історії та сучасності соціальної мережі  | Презентація про історію та сучасний стан соціальної мережі (на вибір студента) із описом способів монетизації, скандальних ситуацій та сильних моментів розвитку, керівництва, інтерфейсу сторінок. | Повне оформлення із відповідями на питання, ілюстраціями – 12 балів.Наявність помилок, невчасно здане завдання знижує оцінку на 1 б. | 12 |
| **Усього за ЗМ 1****контр.****заходів** | **2** |  |  | **15** |
| 2 | Перевірка теоретичних знаньТестування | Тестування в системі Moodle.Час 5 хвилин.Спроба – 1.3 питання з вибором 1 правильної відповіді з множини. | У разі повної відповіді на всі питання студент отримує 3 б. | 3 |
| 2 | Практичне завданняРозробка контент-плану публікацій  | Оформлення та презентація плану на 12–15 тижнів із 2–3 постами у будні та вихідні згідно із зразком. | Грамотне повне оформлення – 12 б.Наявність помилок, невчасно здане завдання знижує оцінку на 1 б. | 12 |
| **Усього за ЗМ 2****контр.****заходів** | **2** |  |  | **15** |
| 3 | Перевірка теоретичних знаньТестування | Тестування в системі Moodle.Час 5 хвилин.Спроба – 1.3 питання з вибором 1 правильної відповіді з множини. | У разі повної відповіді на всі питання студент отримує 3 б. | 3 |
| 3 | Практичне завданняСтворення текстового допису із серією фотографій, сторіз, рілз | Підготовка публікації мінімум на 500 знаків, з різним видом оформлення (списки, виділення, подача тексту) із серію власне зроблених та оброблених фото, застосування монтажних ефектів, написів. | Корисний, цікавий матеріал – 4 бали, тобто у сумі за завдання 12 б. Наявність помилок, неякісної обробки ілюстрацій, відео знижують оцінку на 1 б. | 12 |
| **Усього за ЗМ 3****контр.****заходів** |  |  |  | **15** |
|  | Перевірка теоретичних знаньТестування | Тестування в системі Moodle.Час 5 хвилин.Спроба – 1.3 питання з вибором 1 правильної відповіді з множини. | У разі повної відповіді на всі питання студент отримує 3 б. | 3 |
|  | Практичне завданняЗапис спічу (сторіз, рілз) із появою у кадрі | Продумайте та **з**апишіть спіч (сторіз, рілз) із появою у кадрі на вільну тему у динамічному вигляді (проходка, у русі). | Корисний, цікавий текст, застосування ефектів – 5 б. Наявність помилок, відсутність / перенасичення ефектами, слабка сюжетна лінія знижують оцінку на 1 б. | 12 |
| **Усього за ЗМ 4****контр.****заходів** | **2** |  |  | **15** |
| **Усього за змістові модулі контр.****заходів** | **8** |  |  | **60** |

**7. Підсумковий семестровий контроль**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Форма  | Види підсумкових контрольних заходів | Зміст підсумкового контрольного заходу | Критерії оцінювання | Усього балів |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| **Індивідуальне практичне завдання** | Практичне завдання  | Створення та презентація серії (мінімум 3 матеріали) туторіалів на тему масмедійної діяльності, що оформлені у застосунку VN, аналіз їх перегляду підписниками. | Представлено 3 матеріали, що грамотно оформлені, містять різні форми контенту, застосовані цифрові інструменти – 10 б. Наявність помилок, зменшеної кількості матеріалів, відсутність відеомонтажу зменшують оцінку.  | **20 балів** |
| **Залік** | Теоретичне завдання | Усна відповідь із письмовою фіксацією на 2 теоретичні питання зі списку.У випадку дистанційного навчання – відповідь на 10 текстових питань вибору із множини із 1 правильною відповіддю у системі Moodle. | Повна відповідь, цитування дослідників, використання порівнянь, аналогій – 20 б. Неповна відповідь, не використання джерельної бази – 5–7 б. Слабке володіння понятійним апаратом, джерельною базою, відсутність прикладів – до 4 б. | **20 балів** |
| Усього за підсумковий семестровий контроль |  | **40** |

**8. Рекомендована література**

**Основні джерела**:

1. Гаврилов С. Всі крапки над Історією. Сторітелінг для сценаристів, письменників та блогерів. Київ : Пабулум. 2019. 296 с.
2. Курбан О. В., Курбан С. О. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг : навч. посібник. Київ  : Видавництво «Білий Тигр». 2019. 148 с.
3. Лівін М. Сторітелінг для вух, очей і серця. Київ : Наш формат. 2020. 184 с.
4. Мак-Кі Р., Джерас Т. Сторіноміка: маркетинг у пострекламну епоху / пер. з англ. Є. Голобородько. Харків : Віват. 2019. 240 с.
5. Родигін К. М., Єрмакова І. О. Візуальний контент медіа як інструмент маніпуляцій в контексті інформаційно-смислової війни : навч. посібник. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса. 2019. 144 с.

**Додаткова:**

1. Аргірова Г. Візуалізуй, ти зможеш. *MediaLab*. URL: https://medialab.online/news/aronp/ (дата звернення 24. 08. 2023).
2. Гордієнко Т., Толокольнікова К. Як стати гідом для свого читача: секрети сторітелінгу від журналіста The Wall Street Journal. *Детектор медіа.* URL: https://detector.media/production/ 249 article/140223/2018-08-17-yak-stati-gidom-dlya-svogo-chitacha-sekreti-storitelingu-vid-zhur nalista-the-wall-street-journal. (дата звернення 24. 01. 2024).
3. Горчинская О. Сторителлинг в маркетинге – десять советов от бизнес-тренера. *Детектор медіа.* URL: https://detector.media/production/article/141025/2018-09-15-storitelling-v-marketinge-desyatsovetov-ot-biznes-trenera. (дата звернення 24. 01. 2024).
4. Грудка О. Робити важливе цікавим. Як сторітелінг допомагає журналістам-розслідувачам *MediaSapiens*. URL: https://cutt.ly/px3B2Ph. (дата звернення 24. 01. 2024).
5. Золочевська М. В., Назаренко Л. В. Мотиваційний аспект використання технології цифрового сторітелінгу. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки*. 2019. № 1 (324). Ч. 1. С. 175–183.
6. Калюжна Н. С., Самойленко Н. І. Сторітеллінг як один із методів підготовки майбутніх учителів до роботи в умовах інклюзивного класу. *Педагогічна освіта: теорія і практика :* збірник наукових праць. 2018. Т.1. Вип. 26. С. 92–98.
7. Куцай Т. І. Сторітелінг як важлива інформаційна технологія та ДНК інформації. *Інтегровані комунікації*. 2020. № 8. С. 42–46.
8. Нетреба М. М., Рижова О. Д. Digital креативи як інструмент інформаційного спротиву в умовах війни. *Вчені записки ТНУ імені В.  І.  Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* 2022. Т.33 (72). № 3. С. 371–381.
9. Осова О. Цифрові наративи в методичній підготовці майбутніх учителів іноземної мови. *Сучасні дослідження з іноземної філології :* збірник наукових праць. 2021. Вип. 1 (19). С. 247–255.
10. Рогова Т. А. Цифрова деменція у карантинних реаліях медійного простору. KELM. 2021. № 4 (40). C. 138–144.
11. Рогова Т., Касімова К. Екранні форми у воєнний час: полілог журналістики, диджитал-інструментів та документалістики. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*. 2023. №3 (8). С. 23–29.
12. Рогова Т. А., Касімова К. ЗМІ прифронтового міста у висвітленні повномасштабного вторгнення рф. Український інформаційний простір. 2023. № 1 (11). C.  133–148.
13. Сторітелінг, креативне мислення, комунікація, і три «вудочки», на які їх можна зловити. *Громадський простір.* URL: https://ldn.org.ua/ event/storiteling-kreativne-mislenna-komunikacia-i-tri-vudocki-na-aki-ih-moznazloviti/. (дата звернення 24. 08. 2023).
14. Толмач М. Практики цифрового сторітелінгу для фахівців інформаційної справи. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2022. №5. С.  185–198.
15. Холл К. Сторітелінг, який не залишає байдужим. Київ : Yakaboo Publishing. 2020. 240 с.
16. Buturian L. The Changing Story: digital stories that participate in transforming teaching & learning. *University of Minnesota*. 2016. URL: https://www.cehd.umn.edu/the-changing-story/ (date of access 24. 08. 2023).
17. Boesman, Jan; Meijer, Irene Costera Nothing but the facts? Exploring the discursive space for storytelling and truth-seeking in journalism. *Journalism Practice*. 2018. Vol. 12. N. 8. Р. 997–1007.
18. Drischel R. Anthology Storytelling Storytelling in the Age of the Internet, new technologies, artificial intelligence. Syracuse: 4P LABS AG, 2019. 212 р.

**Інформаційні джерела**

1. Академія цифрового розвитку URL**:** https://www.digitalacademy.in.ua/.
2. Детектор медіа. URL**:** **https://detector.media/.**
3. **Геніус. Спейс.** URL**:** **https://genius.space/.**
4. **Медіалаб.** URL**: https://medialab.online/.**
5. **Телекритика.** URL**: https://telekritika.ua/.**
6. **Infounion.** URL**: https://infounion.com.ua/.**
7. **Webnus.** URL**: https://webnus.net/.**