

**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** | Кількість кредитів – 3 | **Вибіркова**  в межах університету | | |
|  | | |
| **Спеціальність** | Загальна кількість годин – 90 | **Семестр:** | | |
| 3-й | | 3-ий |
| \*Змістових модулів –4 | **Лекційні** | | |
| **Освітньо-професійна програма** | 20 год | | 10 год |
| **Практичні** | | |
| 0 год | 0 год | |
| **Самостійна робота** | | |
| 70 год. | | 80 год |
| **Рівень вищої освіти**  магістерський | **Вид підсумкового семестрового контролю**:  залік | | |

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

**Метою** дисципліни «Блогінг» є викладання методів, як комплексно створювати якісний цифровий контент особистого, комерційного спрямування, вигадувати сторітелінг у межах оформленого контент-плану, працювати з диджитал-інструментами, програмами, застосунками у межах наповнення сайтів, блогів, акаунтів у соціальних мережах, обирати шляхи просування.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Блогінг» є ознайомлення студентів-магістрів різних ОПП з принципами роботи з цифровим контентом, комп’ютерними програмами та телефонними застосунками для обробки відео, фото, звуку, правилами подачі контенту, наповненням контент-плану, основними екранними формами; набуття практичних навичок роботи зі знімальною технікою та супутніми пристроями для відеозйомки (накамерне світло, «лампа-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 навчання  та компетентності | Методи і контрольні заходи |
| Програмні компетентності:  Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.  Здатність опановувати нові знання й розуміти предметну сферу та професійну діяльність.  Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.  Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.  Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.  Координація виконання свого завдання та роботи колег.  Використання необхідних знань і технологій для виходу з кризових ситуацій.  Створення грамотного медіапродукту  Передбачення реакції аудиторії на інформацію продукт. | 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.  Запис спічу (сторіз, рілз) із появою блогера (автора) у кадрі.  Створення рілз у програмі монтажу, сценарним розвитком подій, фінальною ідеєю.  Тематично-ціннісний аналіз роботи популярних українських чи закордонних блогів |

**Міждисциплінарні зв’язки**

Курс пов’язаний із дисциплінами: «Лонгрід», «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**

Предмет, структура і завдання курсу. Дифузія телевізійної журналістики в цифрову, базові причини цього явища. Блогінг та сторітелінг. Різновиди жанру (методу). Форми подачі (емоційний та технічний). Монетизація у соціальних мережах. Створення контент-плану.

**Змістовий модуль 2. Диджитал-інструменти під час створення блогу: огляд та ефект від їх застосування**

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

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

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

**Змістовий модуль 4. Тренди в блогах**

Основні тренди на фото та відео: огляд ситуації 2022 і 2023 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 разноманітність контенту. Туторіал – комбінована відео форма з корисним контентом у вигляді інструкції. Із історії появи туторіалів. Правила подачі туторіалів. Лайфхаки та як подавати їх аудиторії. Серійність та регулярність подачі.

**4. Структура навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Змістовий модуль | Усього  годин | Аудиторні (контактні) години | | | | | Самостійнаробота, год | | Система накопичення балів | | |
| Усього  годин | Лекційні  заняття, год | | Практичні  заняття, год | | Теор.  зав-ня,  к-ть балів | Практ.  зав-ня,  к-ть балів | Усього балів |
| о/дф. | з/дист  ф. | о/д ф. | з/дист  ф. | о/д ф. | з/дист  ф. |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| 1 | 15 | 4/4 | 4 | 4 |  |  | 11 | 11 | 3 | 12 | 15 |
| 2 | 15 | 6/2 | 6 | 2 |  |  | 9 | 13 | 3 | 12 | 15 |
| 3 | 15 | 4/2 | 4 | 2 |  |  | 11 | 13 | 3 | 12 | 15 |
| 4 | 15 | 6/2 | 6 | 2 |  |  | 9 | 13 | 3 | 12 | 15 |
| Усього за змістові модулі | 60/60 |  | 20 | 10 |  |  | 40 | 50 | 12 | 48 | 60 |
| Підсумковий семестровий контроль  **залік** | 30/30 |  |  |  |  |  | 30 | 30 | 20 | 20 | 40 |
| Загалом | **90** | | | | | | | | **100** | | |

**5. Теми лекційних занять**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № змістового  модуля | Назва теми | Кількість  годин | |
| о/д  ф. | з/дист  ф. |
| 1 | Блогінг: історія та сучасність | 2 | 2 |
| 1 | Контент-план та правила його написання | 2 | 2 |
| 2 | Сторітелінг для блогів: огляд вдалих рішень та кросплатформеність | 2 |  |
| 2 | Базові елементи блогу | 2 | 2 |
| 2 | Блогінг – (не) журналістика | 2 |  |
| 3 | Інформаційні війни та хейт | 2 |  |
| 3 | Таргетована аудиторія: правила складання портрету аудиторії | 2 | 2 |
| 4 | Ефективна монетизація через блогера: персональний аспект | 2 |  |
| 4 | Промоція інформації як товару | 2 |  |
| 4 | Туторіал як тренд в диджитал-контенті | 2 | 2 |
| Разом | | **20** | **10** |

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №  змістового  модуля | Вид поточного  контрольного заходу | Зміст поточного  контрольного заходу | Критерії  Оцінювання | Усього балів |
| 1 | Тестування | Тестування в системі Moodle.  Час 7 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 | Розробка контент-плану публікацій | Оформлення та презентація контент-плану на 2–3 тижні із 2–3 публікаціями у будні та вихідні згідно до зразка. | Грамотне повне оформлення – 12 б.  Наявність помилок, невчасно здане завдання знижує оцінку на 1 б. | 12 |
| Усього за ЗМ 1  контр.  заходів | 2 |  |  | 15 |
| 2 | Тестування | Тестування в системі Moodle.  Час 7 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 | Створення текстового допису із серією фотографій («карусель») | Підготовка публікації мінімум на 500 знаків, з різним видом оформлення (списки, виділення, подача тексту) із серіює власне зроблених та оброблених фото, написами. | Корисний, цікавий, грамотний матеріал із якісними ілюстраціями, виділеннями – 12 б. Наявність помилок, неякісної обробки фото, знижують оцінку на 1 б. | 12 |
| Усього за ЗМ 2  контр.  заходів | 2 |  |  | 15 |
| 3 | Тестування | Тестування в системі Moodle.  Час 7 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 | Запис спічу (сторіз, рілз) із появою у кадрі | Продумайте та запишіть спіч (сторіз, рілз) із появою у кадрі на вільну тему у динамічному вигляді (проходка, у русі). | Корисний, цікавий текст, застосування ефектів – 12 б. Наявність помилок, відсутність / перенасичення ефектами, слабка сюжетна лінія знижують оцінку на 1 б. | 12 |
| Усього за ЗМ 3  контр.  заходів |  |  |  | 15 |
|  | Тестування | Тестування в системі Moodle.  Час 7 хвилин.  Спроба – 1.  3 питання з вибором 1 правильної відповіді з множини. | У разі повної відповіді на всі питання студент отримує 3 б. | 3 |
|  | Запис reels | Продумайте, створіть та опублікуйте рілз із сценарним розвитком подій, фінальною ідеєю та продемонструйте статистику за тиждень розміщення. | Корисний, цікавий, динамічний контент, застосування ефектів – 12 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 завдання** | Практичне завдання | Аналіз функціонування блогу українського чи іноземного (не російського!) авторства за позиціями:   1. Тематика. 2. Кількість матеріалів. 3. Типові жанри. 4. Використання сторітелінгу. 5. Наявність / відсутність хайпу. 6. Методи просування, підтримання уваги підписників. 7. Частота оновлення. 8. Експертність. 9. Наявність / відсутність комерційного контенту. 10. Загальне враження. | Повноцінна відповідь на кожне питання, ілюстраціями, озвученою власною думкою – 2 бали.  Робота може оформлюватися у текстовому документі чи у вигляді презентації.  Відсутність аналізу по кожній з позицій зменшують оцінку на 1 бал. | **20 балів** |
| **Залік** | Теоретичне завдання | Фінальний тест на платформі Moodle, що складається з 10 питань.  У випадку очного навчання – усна відповідь із письмовою фіксацією на 2 теоретичні питання зі списку. | Відповіді передбачають вибір з множини одного правильного варіанту. Час обмежений – 30 хвилин. Тести проходять студенти на парі з першої спроби. Кожне питання оцінюється у 2 бали.  Повна відповідь, цитування дослідників, використання порівнянь, аналогій – по 10 балів кожне. 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. Досенко А., Погребняк І. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери : навчально-методичний посібник. Київ : ЦУЛ., 2020. 184 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 Роберт, Джерас Томас. 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. 2022).
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. 08. 2022).
3. Горчинская О. Сторителлинг в маркетинге – десять советов от бизнес-тренера. *Детектор медіа.* 2018. URL: https://detector.media/production/article/141025/2018-09-15-storitelling-v-marketinge-desyatsovetov-ot-biznes-trenera. (дата звернення 24. 08. 2022).
4. Грудка О. Робити важливе цікавим. Як сторітелінг допомагає журналістамрозслідувачам *MediaSapiens*. 2018. URL: https://cutt.ly/px3B2Ph. (дата звернення 24. 08. 2022).
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.* 2019. Т.1 Вип. 26. С. 92–98.
7. Купрієнко А. Алгоритм створення креативу у відеорекламі. *Економіка та суспільство.* 2022. № 45. С. 39–43.
8. Куцай Т. І. Сторітелінг як важлива інформаційна технологія та ДНК інформації. *Інтегровані комунікації*. № 8. 2020. С. 42–46.
9. 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.
10. 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.
11. Рогова Т. А. Цифрова деменція у карантинних реаліях медійного простору. KELM. 2021. № 4 (40). C. 138–144.
12. [Рогова Т. А., Касімова К. ЗМІ прифронтового міста у висвітленні повномасштабного вторгнення рф. Український інформаційний простір. 2023. № 1 (11). C. 133–148.](https://scientific-rating.znu.edu.ua/index.php?r=publication%2Fview&id=27724)
13. Толмач М. Практики цифрового сторітелінгу для фахівців інформаційної справи. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. №5. 2022. С. 185–198.
14. Холл К. Сторітелінг, який не залишає байдужим. Київ : Yakaboo Publishing. 2020. 240 с.
15. Buturian L. The Changing Story: digital stories that participate in transforming teaching & learning. *CEHD*. URL: https://www.cehd.umn.edu/the-changing-story/ (date of access 24. 08. 2022).
16. 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.
17. Ruediger Drischel, Anthology Storytelling Storytelling in the Age of the Internet, New Technologies, Artificial Intelligence. 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/.**