



Медіакомунікація та контент-мейкінг в
сфері фізичної культури та спорту

ОПИС КУРСУ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Медіакомунікація та контент-мейкінг в сфері фізичної культури та спорту» є сформувати у здобувачів вищої освіти знання, уміння та практичні навички з медіакомунікації, створення якісного спортивного контенту та ефективної взаємодії з аудиторією через сучасні інформаційно-комунікаційні платформи з урахуванням етичних норм і принципів соціальної відповідальності. Цей курс охоплює сучасні тенденції у висвітленні спорту в медіапросторі, формуванні іміджу фахівця сфери фізичної культури та спорту через медіа, створенні привабливого та етичного контенту, адаптованого до особливостей різних соціальних мереж. Особливу увагу приділено практичним аспектам: створенню відео, написанню текстів, візуальному сторітелінгу, а також роботі з алгоритмами платформ Instagram, TikTok, YouTube тощо.



ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Курс є важливим оскільки сучасний фахівець у галузі фізичної культури та спорту має не лише володіти професійними знаннями, а й ефективно комунікувати з аудиторією, будувати свій публічний імідж, презентувати власні проєкти, доносити соціально важливі меседжі. Успіх спортивного заходу, програми або тренера напряму залежить від присутності в медіапросторі та якості контенту. Цей курс дає інструменти, які дозволяють бути помітним, переконливим та професійним.

Курс відповідає вимогам сучасного ринку праці, де високий попит мають: SMM-фахівці у сфері спорту; спортивні журналісти та медіаменеджери; тренери, менеджери та організатори спортивних подій, які вміють просувати свій бренд; контент-мейкери та лідери думок у галузі здорового способу життя; фахівці зі зав'язків з громадськістю у спортивних організаціях та освітніх закладах.



Тематика курсу

№ змістового модуля	Назва теми
1	Лекція 1: Репрезентація спорту у вітчизняних і міжнародних медіа. - поняття медіарепрезентації та її значення у формуванні ставлення до спорту - особливості висвітлення фізичної культури та спорту в українських ЗМІ та соцмережах - вплив медіарепрезентацій на популяризацію здорового способу життя
	Лекція 2: Формування публічного іміджу фахівця у сфері фізичної культури та спорту - імідж як комунікативна стратегія - принципи побудови персонального бренду у сфері спорту - інструменти традиційних і новітніх медіа у формуванні публічного образу - побудова експертної репутації через інтерв'ю, блогінг, подкасти
	Лекція 3: Етика публічної комунікації у сфері спорту - етичні норми в комунікації: прозорість, достовірність, недискримінаційність - відповідальність спортивних фахівців перед аудиторією - етичні дилеми: маніпуляція у рекламі, спотворення інформації, використання образів тіла - дотримання цифрової гігієни та авторських прав
2	Лекція 4: Створення спортивного контенту: текст, візуал, відео - типи контенту у спорті: інформативний, мотиваційний, рекламний, розважальний - основи написання коротких текстів для Instagram, Telegram, Facebook - основи візуального контенту: композиція, кольори, тренди - відеоконтент: сценарій, зйомка, монтаж
	Лекція 5: Алгоритми соціальних мереж та залучення аудиторії - як працюють алгоритми Instagram, TikTok, YouTube, Telegram - поняття охоплення, залученості, CTR - практичні стратегії підвищення видимості: регулярність постингу, хештеги, колаборації, взаємодія з підписниками
	Лекція 6: Побудова SMM-стратегії для спортивного бренду або проєкту - етапи створення SMM-стратегії: аналіз цільової аудиторії, позиціонування, контент-план, KPI - розробка Tone of Voice та візуального стилю

ПІДСУМКОВІ КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ:

Теоретичне завдання: тестування у системі
СЕЗН ЗНУ

10 тестових завдань – кожна
правильна відповідь - 2 бали

Практичне завдання: Розробка публічного
іміджу спортивного фахівця та створення серії
медіаконтенту для соцмереж

