

Види і зміст поточних контрольних заходів

Мінімальна кількість балів, яку необхідно набрати здобувачу для допуску до підсумкового контролю складає 35 балів

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу	Критерії оцінювання та термін виконання	Усього балів
1	теоретичні види: тести	1. Який з наведених факторів найбільше впливає на формування ставлення суспільства до спорту через медіа? a) ціна спортивних абонементів b) рівень розвитку спортивної інфраструктури c) характер медіарепрезентації спорту в ЗМІ d) участь спортсменів у політичних подіях 2. Що є ключовим компонентом побудови персонального бренду фахівця у сфері спорту? a) велика кількість рекламних контрактів b) наявність авторського курсу тренувань c) послідовна самопрезентація у медіа з урахуванням цінностей і стилю комунікації d) часте оновлення сторінки в соцмережах 3. Яке з тверджень відповідає принципам етичної публічної комунікації у спорті? a) публікація будь-якої інформації заради хайпу b) використання образу тіла для підвищення уваги до контенту c) висвітлення діяльності спортсмена з дотриманням достовірності та недискримінаційності d) ігнорування критики в соцмережах	1 питання = 1 бал Термін виконання: протягом семестру до залікового тижня	3
	практичні: практичні завдання	1. Порівняльний аналіз репрезентації спортсменів різної статі у міжнародних спортивних медіа і українських ЗМІ або соцмережах (гендерні акценти, опис зовнішності, емоційність подачі, стиль коментарів). <i>Форма звіту:</i> аналітична таблиця + короткий висновок (до 1 сторінки). 2. Розробка персонального медіа-профілю фахівця у сфері фізичної культури (вигаданий персонаж або власний): короткий опис, Tone of Voice, цінності,	1. Разом: 6 балів - повнота аналізу (гендерні акценти, опис зовнішності, емоційність, стиль) - 2 бали - обґрунтованість висновків, логіка порівняння – 2 бали - якість таблиці та оформлення (структурованість, лаконічність) – 2 бали	17

		приклади етичної самопрезентації. <i>Форма звіту</i>: PDF-презентація або інфографіка з прикладами публікацій, комунікаційних принципів. 3. Моделювання ситуації репутаційної кризи у сфері спорту (фітнес-блогер поширив фейкову інформацію, тренер зробив неоднозначний коментар). Створення тексту публічного вибачення або повідомлення для соцмереж з елементами антикризової комунікації. <i>Форма звіту</i>: скрін або макет публікації у форматі Instagram/Telegram-поста.	2. Разом: 6 балів - визначення та опис образу (роль у сфері, Tone of Voice, цінності) – 2 бали - приклади етичної самопрезентації (формати, контекст, влучність) – 2 бали - візуальне оформлення (читабельність, естетика, відповідність формату) – 2 бали 3. Разом: 5 балів - актуальність та реалістичність ситуації – 1 бал - чіткість, етичність і тон публічного повідомлення – 2 бали - візуальна та стилістична відповідність соцмережі – 2 бали	
комплексні: самостійна робота	Спорт, імідж і медіа: аналіз, стратегія, етика Дослідження репрезентації жіночого спорту або параспорту на прикладі: 1 українського медіа (сайт, онлайн-газета, теленовини або сторінка у соцмережах), 1 міжнародного медіа. У звіті охарактеризувати: тон подачі, ключові теми, емоційність, гендерні/соціальні акценти, ілюстрації. Дослідження реального або вигаданого фахівця у сфері фізичної культури (тренера, блогера, спортсмена). - опис його/її Tone of Voice, цінностей, цільової аудиторії - розробка прикладу короткого інтерв'ю (3-5 запитань), яке формує позитивну експертну репутацію. Дослідження одного реального кейсу репутаційної кризи у сфері спорту (в Україні або за кордоном) – скандал, невдалий публічний виступ, фейк, конфлікт у соцмережах. - опис допущених етичних помилок - розробка антикризового повідомлення для соцмереж або прес-релізу з вибаченням. <i>Форма звіту</i>: у вигляді єдиного документа (до 3-5	Разом: 10 балів - аналіз репрезентації жіночого спорту або параспорту, чітке порівняння двох медіа (українське й міжнародне), аналіз тону подачі, ключових тем, емоційності, гендерних акцентів, приклади ілюстрацій – 3 бали - медіа-профіль фахівця та інтерв'ю, обґрунтований опис Tone of Voice, цінностей і цільової аудиторії, релевантне інтерв'ю з запитаннями, що сприяють формуванню іміджу експерта – 2 бали - аналіз репутаційної кризи та антикризове повідомлення, виявлення етичних помилок у кейсі; логічне, етично виважене публічне звернення (пост або реліз) – 3 бали - структура, оформлення та логіка подачі, зв'язність, грамотність, дотримання обсягу, зручне оформлення (текст/презентація) – 2 бали	10	

		сторінок або PDF-презентації), що містить: - аналітичний огляд медіарепрезентацій - медіа-профіль фахівця + інтерв'ю - аналіз репутаційного кейсу та антикризове повідомлення		
2	теоретичні види: тести	1. Який формат сторітелінгу найчастіше використовується у спортивному контенті для мотивації аудиторії? a) новини змагань b) сухі статистичні звіти c) історії успіху спортсменів d) технічні інструкції з тренувань 2. Що з наведеного найкраще сприяє підвищенню охоплення публікацій у Instagram відповідно до принципів роботи алгоритму? a) розміщення лише текстового контенту b) використання хештегів, регулярність постингу та активна взаємодія з підписниками c) публікація без опису чи підпису d) уникання зворотного зв'язку від аудиторії 3. Який з етапів SMM-стратегії включає визначення цілей та показників ефективності (KPI)? a) розробка візуального стилю b) вибір кольорової гами c) створення сценарію для відео d) планування та вимірювання результатів діяльності	1 питання = 1 бал Термін виконання: протягом семестру до залікового тижня	3
	практичні: практичні завдання	4. Створення серії публікацій у соціальних мережах (макети або прототипи) на тему «Історія успіху», «День з життя тренера» або «До/після» (мінімальний обсяг: 1 текстовий пост (до 1500 знаків), 1 візуальний супровід (фото, макет сторіз або каруселі), 1 відеоформат (відеоінтерв'ю, reels або освітній ролик до 1 хв). <i>Форма звіту:</i> PDF-презентація або Google-папка з усіма матеріалами + коротке пояснення концепції (до 0,5 сторінки).	4. Разом: 6 балів - якість тексту, чіткість, грамотність, відповідність формату сторітелінгу (успіх/день з життя/до-після) – 2 бали - візуальне оформлення, креативність, композиція, відповідність трендам та обраній платформі – 1 бал - відеоформат, змістовність, технічна якість, дотримання таймінгу – 1 бал	10

		5. Дослідження активності спортивного акаунта (реального або вигаданого) в одній із соцмереж (Instagram, TikTok, YouTube, Telegram), надання рекомендації щодо поліпшення залученості (у звіті: скріншоти/приклади статистики (реальні або симульовані), пропозиції щодо частоти публікацій, часу постингу, добір найефективніших форматів під платформу. <i>Форма звіту</i>: аналітична таблиця + текст рекомендацій (до 1 сторінки). 6. Розробка базової SMM-стратегії для спортивної школи, клубу або особистого бренду тренера. Обов'язкові елементи: визначення цільової аудиторії, цінностей бренду та Tone of Voice (короткий контент-план (мінімум 5 публікацій); візуальні приклади стилю; опис інструментів для планування й аналітики). <i>Форма звіту</i>: PDF-презентація або інфографіка + коментар до стратегії (до 1 сторінки).	єдність концепції, узгодженість між текстом, візуалом і відео, пояснення ідеї в супровідному тексті – 2 бали 5. Разом: 5 балів аналіз статистики, наявність даних (реальних або симульованих), їх інтерпретація – 2 бали обґрунтованість рекомендацій, реалістичність і практичність порад щодо часу, частоти, форматів – 2 бали оформлення звіту, чітка структура, наочність (таблиця, скріншоти), відповідність обсягу – 1 6. Разом: 6 балів аналіз цільової аудиторії та Tone of Voice, логічність, відповідність обраному бренду – 2 бали контент-план (не менше 5 публікацій), варіативність, відповідність завданням SMM – 1 бал візуальні приклади стилю, узгодженість з брендом, креативність – 1 бал опис інструментів і аналітики, знання актуальних сервісів, їх доречність – 1 бал загальна структура та оформлення, ясність подання, дотримання обсягу – 1 бал	
	комплексні: самостійна робота	SMM-проект для спортивного бренду або експерта Аналіз контенту в Instagram (або TikTok) порівняльний огляд мотиваційного та інформативного спортивного контенту: 2-3 акаунти (українські або міжнародні), аналіз 3 публікацій з кожного типу. визначення цілей, стилів подачі, формату, залучення аудиторії (лайки, коментарі, поширення). короткий висновок: який тип контенту ефективніший і чому. розробка короткого сценарію для освітнього ролика (до	Разом: 10 балів аналіз спортивного контенту, проведення змістовного порівняння мотиваційного та інформативного контенту в Instagram, надано приклади, зроблено обґрунтовані висновки – 2 бали сценарій освітнього спортивного ролику, сценарій логічно структурований, адаптований до формату соцмереж, враховано часові обмеження та специфіку платформи	10

	60 секунд) - обрати спортивну або фітнес-тему (наприклад, техніка вправи, порада з харчування, поради для початківців). - скласти сценарій (до 150 слів): вступ, основне повідомлення, візуальні/текстові елементи, call to action. - рекомендації щодо адаптації ролика під Instagram Reels або TikTok (пояснити формат, хештеги, звук тощо). Огляд алгоритмів та рекомендації для залучення аудиторії - опис зміни алгоритмів Instagram/TikTok у 2020-2025 рр. - сформулювати 3 поради, які враховують алгоритми й допомагають просувати спортивний контент (на основі попереднього аналізу). Розробити базову SMM-стратегію для спортивного бренду (фітнес-клубу, тренера, проєкту). Описати: - цільову аудиторію - tone of voice 1 тижневий контент-план (5 публікацій різного формату: текст, візуал, відео) - ключові KPI (наприклад: охоплення, залучення, підписники) <i>Форма звіту:</i> PDF-презентація або оформлений документ (до 5 сторінок) з аналізом, сценарієм, контент-планом і висновками	(Instagram/TikTok) – 2 бали аналіз алгоритмів соцмереж + рекомендації, зазначено основні зміни в алгоритмах (2020-2025), наведено щонайменше 3 практичні поради щодо підвищення залученості в спортивному акаунті – 2 бали розробка базової SMM-стратегії, визначено цільову аудиторію, цінності бренду, Tone of Voice; запропоновано чіткий контент-план (мін. 5 публікацій) з поясненням мети та форматів; сформульовано 2–3 KPI (показники ефективності) – 4 бали	
	30		
Усього за змістові модулі	теоретичні види: тести = 10		60
	практичні: практичні завдання = 10		
	комплексні: самостійна робота = 4		

Підсумковий семестровий контроль

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
1	2	3	4	5
Залік	Теоретичне завдання	Питання для підготовки: 1. Що таке медіарепрезентація і як вона впливає на сприйняття спорту суспільством? 2. Які особливості репрезентації жіночого спорту у ЗМІ порівняно з чоловічим? 3. Як українські медіа висвітлюють параспорт? Які типові наративи або стереотипи спостерігаються? 4. У чому полягає різниця між дискурсом масового спорту та елітного спорту у ЗМІ? 5. Як медіа можуть впливати на популяризацію здорового способу життя? 6. Які основні елементи формують публічний імідж спортивного фахівця (тренера, спортсмена, блогера)? 7. Що таке персональний бренд і чим він відрізняється від простої присутності у соцмережах? 8. Які інструменти використовуються для побудови експертної репутації в онлайн-середовищі? 9. Які етичні норми є обов'язковими для фахівця у сфері спорту при взаємодії з медіа? 10. Які приклади етичних дилем у спортивній комунікації вам відомі? Як їх можна вирішити? 11. Як правильно реагувати на хейт, конфлікти або кризи в соцмережах? 12. Що таке цифрова гігієна і як вона стосується спортивних медіапроектів? 13. Які типи контенту найчастіше використовуються у спортивних акаунтах і яка їхня мета? 14. Які принципи написання коротких текстів для соцмереж (Instagram, Telegram, Facebook)? 15. Що таке сторітелінг у спорті? Наведіть приклади успішних форматів історій.	10 тестових завдань – кожна правильна відповідь = 2 бала	20

		16. Як створити ефективне відео до 60 секунд для популяризації спорту? 17. Як працюють алгоритми Instagram, TikTok та YouTube у 2020–2025 роках? 18. Які стратегії дозволяють підвищити охоплення та залученість у спортивному акаунті? 19. Як аналізувати статистику постів та визначати найефективніші формати? 20. Які етапи включає базова SMM-стратегія для спортивного бренду або проєкту? 21. Що таке KPI у контексті спортивного акаунту і як їх вимірюють? 22. Як визначити Tone of Voice і навіщо він потрібен для спортивної комунікації?		
	Практичне завдання	Розробка публічного іміджу спортивного фахівця та створення серії медіаконтенту для соцмереж - Обрати або вигадати персонажа-фахівця (тренер, фітнес-блогер, спортсмен, викладач фізичного виховання). - Описати його персональний бренд: - ім'я, позиціонування, цінності, цільова аудиторія; - основна тема діяльності в медіа (напр., мотивація, техніка тренувань, здоровий спосіб життя); - опис публічного іміджу (візуальний стиль, Tone of Voice, особистісні риси). - Розробити серію з 3-х одиниць контенту для соціальних мереж: 1 текстовий пост (Instagram, Telegram або Facebook): мотиваційний або інформативний; 1 сторітелінг-пост у форматі «історія успіху» або «день з життя» (можна з фото/скріном); 1 відео (до 60 сек.) — рілс, TikTok, YouTube Shorts або коротке відеоінтерв'ю (можна у вигляді сценарію або готового відео). - Вказати платформу розміщення, алгоритми якої враховано, і як планується залучення аудиторії. - Додати етичний аналіз (до 100 слів): як враховано етичні норми, уникається маніпуляція чи дискримінація, забезпечується достовірність.	- Повнота і чіткість опису персонажа, позиціонування та цільової аудиторії – 3 бали - Якість розробленого іміджу (узгодженість Tone of Voice, стиль, комунікаційна стратегія) – 3 бали - Текстовий пост: грамотність, креативність, відповідність типу контенту – 2 бали - Сторітелінг: сюжет, емоційність, структурованість – 2 бали - Відеоконтент або сценарій: ідея, структура, відповідність жанру – 3 бали - Вибір платформи та врахування алгоритмів залучення (частота, хештеги, час публікації тощо) – 2 бали - Врахування етичних норм у контенті, саморефлексія – 2 бали - Загальний рівень оформлення, презентабельність, грамотність – 3 бали	20
Усього балів				40

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом)		