

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«СТВОРЕННЯ МЕДІЙНОГО КОНТЕНТУ»

| | |
|--|--|
| Спеціальність | 075 Маркетинг |
| Освітня програма | Диджитал маркетинг |
| Рівень вищої освіти | Другий (магістерський) |
| Статус навчальної дисципліни | вибіркова |
| Курс / семестр вивчення | 6 курс/10 семестр |
| Кількість кредитів ЄКТС | 4 |
| Розподіл за видами занять та годинами навчання | Лекції - 32 год. |
| | Практичні заняття - 16 год. |
| | Самостійна робота - 72 год. |
| Вид індивідуального завдання | реферат |
| Форма підсумкового контролю | залік |
| Адреса курсу в системі електронного навчання університету (СДО Прометей) | http://dlc.suem.edu.ua:5604/ |
| Кафедра (назва, № кабінету, контактний телефон, e-mail) | Кафедра маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування (каб. 115, kaf-mark@suem.edu.ua) |
| Викладач /і: | Манькута Яна Миколаївна |
| Контактна інформація викладача/ів: | E-mail: < mankuta@suem.edu.ua> тел. - |
| Дні занять | Понеділок, середа |
| Консультації | Очні консультації: вівторок 11:00 Дистанційні: п'ятниця 14:00-15:30 |
| Анотація навчальної дисципліни: | |
| <p>Сучасна людина занурена в специфічний інформаційний простір, який утворює навколо неї кросмедіа- і трансмедіасередовище. У ньому вона стикається з різноманітним медіаконтентом, який у великому обсязі пропонують засоби масової комунікації та користувачі соціальних мереж через мультимедійні платформи. Це створює певні ризики потрапляння в маніпулятивні пастки, а тому потребує розвитку додаткових компетентностей.</p> <p>Водночас використання медіаконтенту має високий розвивальний потенціал для активізації процесів громадянської самоідентифікації та формування громадянської компетентності молоді. Однак успішність його застосування в практичній роботі залежить від ознайомлення з різними видами медіаконтенту, які виокремлюють науковці та практики у сфері інформаційних технологій та масової комунікації.</p> | |
| Мета навчальної дисципліни: | Полягає у засвоєнні базових уявлень про медійний контент та інформаційні процеси, які відбуваються в медіасередовищі, вивченні інформаційних технологій збору та передачі медіаконтенту; технічних та програмно-апаратних засобів, що використовуються в |

| | |
|---|---|
| | медіаіндустрії, набутті навичок роботи із медійними продуктами. |
| Мета орієнтована на формування у студентів таких компетентностей: | <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> |
| Програмні результати навчання (відповідно до освітньо-професійної програми) | <p>Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>Р8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>Р11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> |
| Очікувані результати навчання: | <p>У результаті завершення курсу студент буде:</p> <p>а) знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специфіку та технології сучасних технічних засобів медіавиробництва та засобів комунікації; – методи проектування, розробки та аналізу щодо створення медійного контенту з урахуванням |

| | |
|---|--|
| | <p>специфіки різних медіа;</p> <ul style="list-style-type: none"> – методи технічного редагування відповідно до стандартів, форматів, стилів, технологічних вимог різних типів медіа; – методи дослідження комунікацій (семіотичний аналіз, прагматичний аналіз, контент-аналіз, мотиваційний аналіз, аналіз політичних текстів); – нові та традиційні медіаформати; – технології графіки та дизайну мультимедійного медіаконтенту. <p>б) уміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> – остійно ідентифікувати та створювати медіаконтент; – систематизувати, аналізувати та узагальнювати інформаційний матеріал; – ефективно працювати з медіаконтентом у професійній діяльності; – критично ставитись до медіарпродукту; – готувати та поширювати медіапродукти; – використовувати у практичній діяльності новітні мультимедійні технології з урахуванням специфіки різних медіа; – здатний до медійного інжинірингу, розробки медіапродукту, проектування медіапрограм, запровадження медійних технологій. |
| <p align="center">Зміст навчальної дисципліни:</p> <p align="center"><i>Змістовий модуль 1. Медійний контент в інформаційному суспільстві</i></p> <p>Тема 1 Основні поняття медіабізнесу. Медіаіндустрія як прикладний аспект медіа</p> <p>Тема 2 Технології опрацювання мультимедійних даних</p> <p align="center"><i>Змістовий модуль 2. Кросмедіа: контент, технології. Медіапланування</i></p> <p>Тема 3 Контент кросмедіа</p> <p>Тема 4 Технології та аналітика. Медіапланування як інструмент організації роботи</p> | |
| <p align="center">Рекомендовані джерела:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Кросмедіа: контент, технології, перспективи. К. : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с. URL: http://journalib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf. 2. Навальна М., Ісайкіна О. Медіакомунікації. Навчальний посібник / Укл. Марина Навальна, Олена Ісайкіна. Переяслав-Хмельницький : «Видавництво КСВ», 2018. 220 с. URL: http://ephsheir.uhsp.edu.ua/bitstream/handle/8989898989/3580/%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97_%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA_5.11.18.pdf?sequence=1&isAllowed=y/ 3. Горпинич О.В., Архипова А.О. Соціологія масових комунікацій та медіапланування: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2018. 255 с. URL: https://dut.edu.ua/uploads/1_1633_68263693.pdf. 4. Новітні медіа: Практикум: навч. посіб. для студ. спеціальності 061 «Журналістика», освітньої програми «Видавнича справа та редагування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: О. О. Гусак. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 50 URL: | |

<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/48301> с.

Система оцінювання результатів навчання:

Схема розподілу балів:

| | | |
|-------|---------------------------------|---|
| Залік | 70 балів (поточний контроль) | 30 балів (контроль виконання індивідуальних завдань) |
|-------|---------------------------------|---|

Мінімальний пороговий рівень з кожного виду контролю:

| | | |
|-------|------------------------------|---|
| Залік | 45 балів (поточний контроль) | 15 балів (контроль виконання індивідуальних завдань) |
|-------|------------------------------|---|

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни (поточний контроль) відбувається під час оцінювання контролю знань таких видів навчальних робіт:

- 1) Доповіді, виступи на заняттях;
- 2) Звіти з виконання практичних робіт;
- 3) Усне опитування;
- 4) Письмові роботи з засвоєння тем курсу;
- 5) Виконання і захист реферату;
- 6) Виконання завдань самостійної роботи.

Кожний вид поточної навчальної роботи студента оцінюється за 5-бальною шкалою.

Шкала оцінювання результатів навчання:

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Шкала ЄКТС | Оцінка за національною шкалою | |
|--|------------|--|---|
| | | для екзамену, курсового проекту (роботи) | для заліку |
| 90-100 | A | відмінно | зараховано |
| 82-89 | B | добре | |
| 74-81 | C | | |
| 64-73 | D | задовільно | |
| 60-63 | E | | |
| 35-59 | FX | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |
| 1-34 | F | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |

Політика курсу:

Політика дотримання академічної доброчесності

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування.

За порушення академічної доброчесності студенти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми.

Комунікаційна політика

Студенти повинні мати активовану пошту.

Обов'язком студента є перевірка один раз на тиждень (щонеділі) поштової скриньки та відвідування, перегляд інформації в Viber, Телеграм-каналах групи.

Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком студента є робота з дистанційним курсом «_____».

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту кафедри.

Політика щодо пропусків занять

Студенти мають відвідувати лекційні й практичні (семінарські) заняття. Відсутність студента на занятті може бути виправдана поважною причиною. Поважними причинами відсутності вважаються: хвороба, участь у Всеукраїнській студентській олімпіаді, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт чи будь-якому іншому заході, який можна віднести до заходів, що сприяють розвитку студентів і поліпшенню іміджу університету (факультету).

Політика щодо виконання навчальних завдань пізніше встановленого терміну

Студенти мають виконувати всі навчальні завдання у встановлені терміни. Студент, який не виконав ту чи іншу кількість навчальних завдань вчасно й хоче надолужити прогаяне, може звернутися по допомогу до викладача.

Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо студент не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

Бонуси

Студенти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та мають написаний конспект лекцій отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

Силабус відповідає змісту ОПП «Діджитал маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» (а саме: відповідність назві дисципліни, кількості кредитів, формі підсумкового контролю, набору компетентностей і результатів навчання), яка пройшла процедуру рецензування стейкхолдерами.