

**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)	<a href="http://dlc.suem.edu.ua:5604/">http://dlc.suem.edu.ua:5604/</a>
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
<b>Анотація навчальної дисципліни:</b>	
<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

	<p>програмно-апаратних засобів, що використовуються в медіаіндустрії, набутті навичок роботи із медійними продуктами.</p>
<p>Мета орієнтована на формування у студентів таких компетентностей:</p>	<p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).  ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.  ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.  ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.  ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.  ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.  СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.  СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.  СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.  СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p>
<p>Програмні результати навчання (відповідно до освітньо-професійної програми)</p>	<p>Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.  Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.  Р8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.  Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.  Р11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.  Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
<p>Очікувані результати навчання:</p>	<p>У результаті завершення курсу студент буде:  <b>а) знати:</b>  – специфіку та технології сучасних технічних засобів медіавиробництва та засобів комунікації;</p>

- методи проектування, розробки та аналізу щодо створення медійного контенту з урахуванням специфіки різних медіа;
- 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.

**б) уміти:**

- 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.

**Зміст навчальної дисципліни:**

*Змістовий модуль 1. Медійний контент в інформаційному суспільстві*

Тема 1 Основні поняття медіабізнесу. Медіаіндустрія як прикладний аспект медіа

Тема 2 Технології опрацювання мультимедійних даних

*Змістовий модуль 2. Кросмедіа: контент, технології. Медіапланування*

Тема 3 Контент кросмедіа

Тема 4 Технології та аналітика. Медіапланування як інструмент організації роботи

**Рекомендовані джерела:**

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://ephshair.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/](http://ephshair.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](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:**

<b>Залік</b>	70 балів (поточний контроль)	30 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)
--------------	---------------------------------	---

**Мінімальний пороговий рівень з кожного виду контролю:**

<b>Залік</b>	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 оцінюються за 5-бальною шкалою.**

**Шкала оцінювання результатів навчання:**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (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.

Силабус затверджено на засіданні кафедри маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування, протокол від « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р., № \_\_\_\_\_.

ПОГОДЖЕНО

Декан факультету \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Ім'я ПРИЗВИЩЕ

Особистий підпис