

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з
науково-методичної
та навчальної роботи



О.Б.Жильцов

« _____ » _____ 2023

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Журналістика: тенденції та технології:

**СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА ТА УПРАВЛІННЯ
МЕДІАПРОЄКТАМИ**

спеціальності 061 Журналістика
освітнього рівня другого (магістерського)
освітньої програми 061.00.01 Журналістика

Київ – 2023

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти

Програма № 2491/23
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2023 р.

Розробники: Аліна ЛІСНЕВСЬКА, канд. пед. наук, доцент, доцент кафедри журналістики та нових медіа Факультету журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладачі: Аліна ЛІСНЕВСЬКА, канд. пед. наук, доцент, доцент кафедри журналістики та нових медіа Факультету журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри журналістики і нових медіа

Протокол від 29 серпня 2023 року № 1

Завідувач кафедри журналістики і нових медіа  Інга ПОГРЕБНЯК


Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми

28 серпня 2023 року

Гарант освітньої програми  Аліна ЛІСНЕСЬКА

Робочу програму перевірено

29 серпня 2023 року

Заступник декана Факультету журналістики  Вікторія СОШИНСЬКА

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “___” 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “___” 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “___” 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “___” 20__ р., протокол № _____

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
Створення і ведення комунікаційного проекту	
	Денна
Вид дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс	1
Семестр	2
Кількість змістових модулів з розподілом:	3
Обсяг кредитів	3
Обсяг годин, в тому числі	90
Аудиторні	24
модульний контроль	6
семестровий контроль	15
самостійна робота	45
форма семестрового контролю	ІСПИТ

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Сучасні технології виробництва та управління медіапроектами» покликаний формувати теоретичну і практичну базу магістрів з журналістики, тому **метою** його вивчення є теоретична підготовка й практична спеціалізація студентів, напруження ними досвіду моделювання, виробництва і управління медіапроектами з урахуванням сучасних тенденцій і трендів інформаційно-комунікаційного простору.

Головне **завдання** курсу полягає в тому, щоб сформувати теоретичні знання, практичні навички й уміння, необхідні для створення та управління медіапроектами з метою належного задоволення інформаційно-комунікаційних потреб громадян, просування суспільно-значущих тем в українському медіапросторі.

Завданнями курсу є :

- **вивчити** понятійно-категоріальний апарат, в якому головними є терміни та поняття: традиції та інновації технологій виробництва медіапроектів, концепція, контент медіапроектів, якість та ефективність, медіапроектів;
- **з'ясувати** чинники розвитку новітніх медіапроектів, їх змістову структуру ;
- **навчитися** встановлювати та оцінювати смислові, дизайнерські та маркетингові концепції медіапроектів різних видів, якісний рівень їх технологічного виконання;
- **ознайомити** із сучасним станом і тенденціями медіаринку в Україні в сегменті медіапроектів;
- **навчити** студентів розробляти концепції власних медіапроектів та реалізувати їх на практиці.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення курсу «Сучасні технології виробництва та управління медіапроєктами» студент знатиме:

- специфіку медіапроєкту як об'єкта й метода журналістської діяльності,
- методик та технологій створення та управління медіапроєктом;
- основні етапи й алгоритм роботи над створенням медіапроєкту.

Студент умітиме:

- визначати актуальну тему для створення медіапроєкту, його мету, ціль та завдання;
- збирати, вивчати і аналізувати наявну інформацію, необхідну для створення медіапроєкту, знаходити оптимальні способи досягнення мети;
- виконувати заплановані технологічні операції у ході роботи над медіапроєктом;
- здійснювати SWOT-аналіз розробленого проєкту (його сильні і слабкі сторони, можливості і загрози);
- розробляти концепцію просування та приклад контенту власного медіапроєкту, оцінювати його якість.

У результаті вивчення курсу студенти набувають наступні **компетентності:**

загальні:

- **ЗК01** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- **ЗК03** Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- **ЗК07** Здатність розробляти проєкти та управляти ними.
- **ЗК08** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.

спеціальні:

- **СК01** Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з теорії та історії журналістики, новітні технологічні досягнення для розв'язання задач дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері журналістики.

- **СК02** Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми.
- **СК04** Здатність управляти робочими або навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів.
- **СК06** Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики у широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.
- **СК07** Здатність забезпечувати та оцінювати стратегічний розвиток команди.
- **СКУ09** Здатність приймати рішення та робити моральний вибір у професійній діяльності з позицій соціальної відповідальності.

Результати навчання

- **РН01** Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритерійності, неповних чи суперечливих інформації та вимог.
- **РН02** Аналізувати та оцінювати потенційний вплив розвитку технологій на сучасний стан та розвиток журналістики.
- **РН05** Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.
- **РН07** Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.
- **РН11** Брати продуктивну участь у розробленні проєктів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство.

- **РН12** Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проєкти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів.
- **РНУ14** Приймати рішення та розв'язувати професійні завдання з позицій соціальної відповідальності та правдоцентричності.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						
	Разом	Аудиторних	Лекцій	Семінарських	Практична робота	Самостійна робота	Підсумковий контроль
Змістовий модуль I. Від задуму до реалізації							
Тема 1. Пошук ідеї. Визначення теми, мети, розробка концепції медіапроєкту.	8	4	2		2	4	
Тема 2. Основні етапи, завдання, цільова аудиторія, SWOT-аналіз медіапроєкту	8	2			2	6	
Тема 3. Онлайн інструменти та платформи створення й просування медіапроєкту.	9	2			2	5	
Модульний контроль	2						
Разом за змістовим модулем	27	8	2		6	15	
Змістовий модуль II. Створення контенту медіапроєкту.							
Тема 4. Текстово-графічний та візуальний контент	10	4			4	4	
Тема 5. Аудіовізуальний контент	6	2			2	6	
Тема 6. Мультимедійний контент	6	2			2	4	
Модульний контроль	2						
Разом за змістовим модулем	24	8			8	14	
Змістовий модуль III. Управління та просування медіапроєкту							
Тема 7. Розробка стратегії просування проєкту в соцмережах та You Tube	12	4	2		4	8	
Тема 8. Запуск проєкту. Поширення контенту в інформаційних ресурсах	10	2			2	8	
Модульний контроль	2						
Разом за змістовим модулем	24	6	2		6	16	
Разом	75	24	4		20	24	

Екзамен	15						15
Усього	90	24	4		20	45	15

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Від задуму до реалізації.

Тема 1. Лекція. Пошук ідей. Визначення теми, мети, розробка концепції медіапроєкту (2 год).

Складові процесу створення медіапроєкту: пошуковий (визначення теми проєкту, пошук і аналіз проблеми, постановка мети проєкт), аналітичний (збір і вивчення наявної інформації, пошук оптимального способу досягнення мети), практичний (виконання запланованих технологічних операцій, поточний контроль якості, внесення (за необхідності) змін у роботу, презентаційний (підготовка презентаційних матеріалів, презентація проєкту, вивчення можливостей використання проєкту), контрольний (аналіз результатів виконання проєкту, оцінювання якості виконання проєкту).

Етапи розробки комунікаційного медіапроєкту:

1. Підготовчий етап (дослідження ринку, аудиторії).
2. Визначити ціль та концепцію проєкту. Тривалість.
3. Визначити візуальний бриф проєкту.
4. Створити контент з урахуванням медіаресурсів.
5. Аналіз проєкту – визначити сильні та слабкі сторони, ризики та можливості проєкту.
6. Розробити комунікаційну та маркетингову стратегію.
7. Затвердження проєкту, створення кошторису.
8. Реалізація проєкту.

Підготовка анотації проєкту. Оцінка потреби проєкту, його актуальності, інноваційності, соціально-комунікаційної спрямованості, реальної можливості виконання проєкту. Складання переліку заходів проєкт. Визначення очікуваних результатів, цільових груп проєкту, обсягу коштів, необхідних для його реалізації, джерел його фінансування.

Тема 1. Практичне Пошук ідей. Визначення теми, мети, розробка концепції медіапроєкту (2 год).

На прикладі медіапроєкту «Живе місто» (Астудія) визначити тему, мету, етапи та складові.

Тема 2. Практичне. Основні етапи, завдання, цільова аудиторія, SWOT-аналіз медіапроєкту (2 год).

Аналіз медіапроєкту за вибором і визначення основних етапів розробки, створення анотації (місія, завдання, цільова аудиторія), перелік заходів та SWOT-аналіз проєкту,:

SWOT-аналіз проєкту (сильні та слабкі сторони, потенційні можливості, загрози).

PEST-аналіз проєкт (політичні, економічні, соціальні та технологічні

фактори зовнішнього середовища, які можуть вплинути на реалізацію проєкту).

Тема 3. Практичне. Онлайн інструменти та платформи створення й просування медіапроєкту (4 год)

На прикладі обраного в практичному 2 медіапроєкті визначити

- Базові творчі та технологічні інструменти для створення
- Інтерактивний сторітейлінг: від великих текстів в інтернеті до лонгвідів, від таблиць та діаграм до анімацій
- Онлайн інструменти комунікацій: блоги, сайти, онлайн медіа, соціальні мережі.

Змістовий модуль II. Створення контенту медіапроєкту.

Тема 4. Практичне. Текстово-графічний та візуальний контент (4 год).

На прикладі онлайн видання Бабель (або обрати будь який інший самостійно) проаналізувати

1. Жанрові особливості текстів в інформаційних продуктах на веб-сайті.
2. Структурований текст : особливості побудови та використання
3. Специфіка заголовків і прев'ю, стилістика гіперпосилань в онлайн-медіа.
4. Візуальні елементи прев'ю.
5. Особливості використання фотографій в матеріалах онлайн-видань
6. Графіка та інфографіка в матеріалах онлайн-видань.
7. Візуальна колаборація на партнерські та власні матеріали.
8. Складники візуального контенту онлайн-медіа (сайт)
9. Унікальність та композиція інтерфесу онлайн-медіа (сайт): візуальні елементи, головні та другорядні та об'єкти, маркети.
10. Значення графічної характеристики композиції оформлення текстів на сайті (головні та другорядні елементи).
11. Особливості кольористики візуальних елементів в матеріалах сайту (колаборація продукту (інформаційні матеріали) та інтерфейсу)
12. Використання візуально-шрифтових елементів брендбуку онлайн-видань в соцмережах: Instagram, Telegram, Facebook.

Тема 5. Практичне. Аудіовізуальний контент (2 год)

Аналіз відеопроєкту Акіма Галімова «Реальна історія. Хто насправду заснував Харків?» <https://www.youtube.com/watch?v=FhSxPR8ShPU&t=8s>

1. Формат – жанр контенту та система поширення.
2. Специфіка побудови плану та композиції стендапу (вступ ведучого)
3. Поепізодна побудова відеотексту (структура в епізодах)
4. Атмосфера як елемент мови екрану
5. Рух камери як елемент мови екрану
6. Монтажна природа відеопродукту, фрази і логіка (1 го епізоду)
7. Принципи міжкадрового монтажу: різна крупність, напрям руху і розташування (2 епізод)
8. Принципи міжкадрового монтажу: колір, світлотінь, титри, переходи. (останній епізод)
9. Особливості звукозорового монтажу: види звуку: синхронний, закадровий драматургічний, звук в кадрі (останній епізод)

Тема 6. Практичне. Мультимедійний контент (2 год)

Подивитись 10 кроків створення мультимедійного лонгриду

<https://medialab.online/news/10etapiv/>

Визначити

1. Концепцію, мету.
2. Особливості та елементи створення (контент)

<http://curiousmole.com/lokomotyv-europa/>

Змістовий модуль III. Управління та просування медіапроєкту.

Тема 7. Лекція. Розробка стратегії просування проєкту в соцмережах та You Tube (2 год)

Специфіка оформлення та використання контенту в соцмережах Facebook, Instagram.

Стратегія, цілі та візії, концепція, етапи розроблення сторінки, вимірні цілі (спільнота, охоплення, взаємодія). Дані для вимірювання результатів. Teser, Tags, Description для соціальних мереж.

Соціальні медіа, відмінність Веб 2.0.

Соцмережі як третя платформа журналістики.

Інструменти для публікацій та моніторингу. Організація публікацій та командної роботи.

Робота з матеріалом із соцмереж.

Авторське право та особисті права журналістів в соціальних медіа

Специфіка відеохолдингу You Tube та його можливості у створенні контенту та просуванні проєкту.

Колоборація соцмереж і You Tube, функції, формати.

Персоналізація проєкту через людину-комунікатора - «Життя в блозі».

Формальна та неформальна спільнота. Мета: конструктивна спільнота.

Підготовка до запуску медіапроєкту. Аудиторія проєкту. Створення бази контактів для просування проєкту. Написання прес-релізу. Просування під час збору коштів. Просування в соціальних мережах (SMM). Розробка та впровадження рекламної політики, залучення рекламодавців до участі у проєкті, розробка схем ефективних продажів реклами. Завершення проєкту.

Поширення контенту в інформаційних ресурсах.

Створення документації для запуску проєкту: результатів прорахування ризиків (SWOT аналіз), анотація, опис комунікаційної системи (платформи, колоборація з соцмережами, сайтами інших організацій, серія презентацій, команда)

Опис формату контенту та візуальних особливостей, brand book

Контент план (серія контент планів та медіапланування)

Фандрайзинг. Product Placement. Спонсорство та благодійність.

Система грантів (національні, міжнародні - УКФ, Креативна Європа)

Можливості You Tube та Instagram

Тема 7. Практичне. Розробка стратегії просування проєкту в соцмережах та You Tube (4 год).

Розглянути стратегію поширення медіапроєкту Словопис
<https://slovopys.kubg.edu.ua/>

Мозковий штурм : розробка концепції медіaproекту з актуальної соціальної або культурної тематики.

Визначення цільової аудиторії, завдань, місії, стратегії просування в соцмережах, SWOT-аналіз, формат контенту, терміни створення та запуску в роботу, тривалість.

Моделювання або створення зразків контенту

Тема 8. Практичне. Запуск проєкту. Поширення контенту в інформаційних ресурсах (2 год).

За визначеною в практичному 7 темою розробити комунікаційну стратегію медіaproекту. Вибір платформ та комунікаційних онлайн-інструментів. Створення контент-плану.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	
		кількість одиниць	максимальна кількість	кількість одиниць	максимальна кількість	кількість одиниць	максимальна кількість
Лекції	1	1	1	-	-	1	1
Відвідування практичних занять	1	3	3	4	4	3	3
Робота на практичному занятті	1	3	60	4	40	3	30
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15	4	20
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25
Максимальна кількість балів			104		84		79
Разом	267						
Екзамен	40						
<p>Розрахунок коефіцієнта за поточний контроль</p> <p style="text-align: right;">Розрахунок: $267 : 100 = 2,67$ Студент набрав: 250 балів Оцінка: $250 : 2,67 = 93,56$ бали</p>							

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання **Змістовий модуль 1. Від задуму до реалізації.**

Тема 1-2. Визначення теми, мети, розробка концепції медіапроєкту. Основні етапи, завдання, цільова аудиторія, SWOT-аналіз (10 год).

Обрати авторську тему з актуальної тематичної проблематики, створити концепцію, мету, розписати формат, завдання, цільову аудиторію.

Приклад - проєкт Університету Грінченка Словопис - концепція місія, завдання, цільова аудиторія. <http://slovopys.kubg.edu.ua/>

Тема 3. Онлайн інструменти та платформи створення й просування медіапроєкту (5 год)

Проаналізувати проєкт Університету Грінченка Словопис <http://slovopys.kubg.edu.ua/>

- Базові творчі та технологічні інструменти для створення
- Інтерактивний сторітелінг: від великих текстів в інтернеті до лонгвідів, від таблиць та діаграм до анімацій
- Онлайн інструменти комунікацій: блоги, сайти, онлайн медіа, соціальні мережі.

Критерії оцінювання завдань для самостійної роботи модуля 1

- Самостійність та креативність мислення
- Чіткість визначень та володіння термінологією
- Лаконічне й виразне оформлення матеріалів виконання завдання
- Логічна послідовність викладу матеріалу.

Змістовий модуль II. Створення контенту медіапроєкту.

Тема 4. Текстово-графічний та візуальний контент (4 год).

Зробити текстовий аналіз з ілюстраціями текстово-візуального контенту онлайн-журналу ELLE.UA на відповідність тематики та візуального стилю щодо типу медіа, його концепції, місії, завданням, цільовій аудиторії, тематичного наповнення.

Критерії оцінювання:

- Чітке розуміння та визначення концепції
- Достатній обсяг текстово-візуального контенту для аналізу
- Робота над деталями : заголовки, розташування візуальних елементів, колір, стиль шрифту, структурованість та зручність інтерфейсу

Тема 5. Аудіовізуальний контент (6 год).

Записати відео

1 частина стендап (власний за допомогою телефона/камери на штативі) на 1-2 хв - розповідь про локацію (пам'ятка, будинок з історією, меморіальна дошка тощо). Можна спробувати себе або в ролі оператора (в кадрі інша людина), або з відеозаписом тайм кодів

2 частина – зйомка об'єкту кадрами різної крупності на закадровому тексті – продовження стендапу або музичному ряді (5-7 статичних кадрів різної крупності)

Критерії оцінювання:

- правила побудови композиції кадру лінійна

- правила побудови композиції кадру кольорова, світлотінь
- принцип монтажу за крупністю й розташуванням об'єктів в монтажній фразі
- увага – звук (окремо мікрофон, місце без додаткових шумів)

Тема 6. Мультимедійний контент (4 год)

Розглянути та проаналізувати актуальний мультимедійний продукт (лонгрід або мультимедійну історію).

Перевірити, чи відповідає він основним вимогам до мультимедійного продукту (актуальність, унікальність, користь, примітність, здатність викликати зацікавлення, відповідність запитам аудиторії, достовірність, повнота і чітке розкриття теми, естетичність і структурованість, фід-бек читачів).

Виокремити і назвати складові, які створюють контент цього мультимедійного твору. Проаналізувати дизайн мультимедійного матеріалу, композицію, ієрархію та цілісність розташування елементів. Описати мотивацію аудиторії, яка споживає обраний Вами для розгляду мультимедійний продукт.

Критерії оцінювання

- грамотне визначення оцінки інтерпретації інформації журналістом.
- дотримання базових способів та прийомів інтерпретації інформації.
- дотримання вимог та принципів організації мультимедійного продукту.
- використання принципів вибору та створення характеристики цільової аудиторії медіаресурсу.

Альтернативним варіантом опрацювання матеріалів Модуля 2 «Створення контенту медапроєкту» можливо проходження дотичного курсу на безкоштовних платформах Coursere <https://elearning.kubg.edu.ua/> або Prometheus <https://prometheus.org.ua/>. Отриманий сертифікат має засвідчити факт проходження онлайн-курсу (1 модуль (кредит) – 30 годин відповідно).

Змістовий модуль III. Управління та просування медіапроєкту.

Тема 7. Розробка стратегії просування проєкту в соцмережах та YouTube (8 год).

Обрати один з проєктів нижче

Конкурсу журналістської творчості для старшокласників Нові в медіа, проаналізувати контент та стратегію просування у 2021, 2022, 2023 році

<https://www.facebook.com/newinmedia>

<https://fj.kubg.edu.ua/struktura/kafedry/kafedra-zhurnalistyky-ta-novykh-media/sotsialno-humanitarna-robota/my-v-maibutnomu.html>

Live is true (FB , Instagram)

<https://www.facebook.com/liveistrue>

<https://www.instagram.com/liveistrue2019/>

1. Мета, цілі, специфіка, види контенту
2. Стиль комунікації, графічна та візуальна семантика

3. Специфіка колоборації контенту в соцмережах та інших інформресурсах
4. Запропонувати ребрендинг та шляхи оптимізації проєкту

Тема 8. Запуск проєкту. Поширення контенту в інформаційних ресурсах (8 год).

1. Розробити комунікативну стратегію просування власного медіапроєкту (терміни реалізації, цільовий ринок), а також контент-план та маркетинг-план. Можливо у формі фандрайзингу або Product Placment, національні та міжнародні гранти, організації.

2. Запустити проєкт. Поширити контенту в інформаційних ресурсах, які можуть бути пов'язані з тематикою проєкту, або які мають ту саму цільову аудиторію.

Критерії оцінювання завдань для самостійної роботи модуля 3

- Самостійність та креативність мислення
- Чіткість визначень та володіння термінологією
- Лаконічне й виразне оформлення матеріалів виконання завдання
- Логічна послідовність викладу матеріалу.

6.3. Критерії оцінювання самостійної роботи визначені до кожного модуля.

6.4. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом в електронному вигляді і прикріплюється до електронного курсу або здаються в роздрукованому вигляді.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем робочій програмі. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають вирішення творчих завдань, системного аналізу, самостійне створення проєктних документів тощо.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 3. Виконання кожної роботи є обов'язковим.

Модульна контрольна робота № 1

Завдання:

Розробити концепцію власного медійного комунікаційного проєкту.
Розробити технологічний опису медіапроєкту, формат та контент, відповідно розробленій стратегії і концепції.

Результати презентувати у вигляді презентації.

Модульна контрольна робота № 2.

Завдання:

Створити контент (пілотний приклад) та інтерфейс власного медіапроєкту.
Результати презентувати у вигляді презентації.

Модульна контрольна робота № 3

Завдання:

Розробити стратегію розвитку проєкту на інтерактивних платформах. Результати презентувати у вигляді презентації.

6.5. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Створення контенту в цифрових медіа» оцінюються за єдиною кредитно-трансферною системою, в основу якої покладено принцип коопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100. Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види контролю й принципи їх оцінювання.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- Методи усного контролю: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.
 - Методи письмового контролю: письмові роботи з реконструкції контенту цифрових медіа, створення проєктної документації.
 - Методи виробничого характеру: створення медіаконтенту різного формату.
 - Методи самоконтролю: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз. Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-виробничої роботи залежить від дотримання таких вимог:
 - своєчасність виконання навчальних завдань;
 - повний обсяг їх виконання;
 - якість виконання навчальних завдань;
 - самостійність виконання;
 - творчий підхід у виконанні завдань;
 - ініціативність у навчальній діяльності.
- Форма проведення: *екзамен*.

Екзамен відбувається у формі презентації і захисту авторського медіапроєкту (з прикладами контенту до нього).

Структура проєкту:

1. Назва
2. Брендбук.
3. Опис.

загальна концепція медіапроєкту

формат медіапроєкту

контент-план медіапроєкту

контент медіапроєкту.

№	Критерії оцінювання роботи	Максимальна кількість балів за кожним критерієм
1	Визначення технології та структури виробництва	5 балів
2	Актуальність та унікальність проєкту, структурування (інтерфейс)	10 балів
3	Якість виробництва контенту	20 балів
4	Реалізація проєкту	5 бали

Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

**7. Навчально-методична карта дисципліни «Сучасні технології виробництва і управління медіапроєктами»
Разом: 90 год., лекції – 4 год., практичні заняття – 20 год., самостійна робота – 45 год., 6 год. – модульний контроль.**

Модулі	Змістовий модуль I			Змістовий модуль II			Змістовий модуль III	
Назва модуля	Від задуму до реалізації			Створення контенту медіапроєкту.			Управління та просування медіапроєкту)	
Кількість балів за модуль	104			84			79	
Лекції	відвідування – 1 б			відвідування – 1 б			відвідування – 1 б	
Теми лекцій	Пошук ідеї. Визначення теми, мети, розробка концепції медіапроєкту у 1 б						Розробка стратегії просування проєкту в соцмережах та You Tube 1 б	
Теми практичних занять	Пошук ідеї. Визначення теми, мети, розробка концепції медіапроєкту у 11 б	Основні етапи, завдання, цільова аудиторія, SWOT-аналіз медіапроєкту у 11б	Онлайн інструменти та платформи створення й просування медіапроєкту. 11б	Текстово-графічний та візуальний контент 22 б	Аудіовізуальний контент 11б	Мультимедійний контент 11 б	Розробка стратегії просування проєкту в соцмережах та You Tube 22 б	Запуск проєкту. Поширення контенту в інформаційних ресурсах 11б
Самостійна робота	15 б			15 б			20 б	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.			Модульна контрольна робота 2 – 25 б.			Модульна контрольна робота 3 – 25 б.	

8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

3. Больц Норберт. Абетка медіа / За заг. ред. В. Ф. Іванова, пер. з нім. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2018. 177 с.
4. Гац Х. Нові інструментарії журналістики або як врятувати нудний контент
<http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analyyka/novi-instrumentariyi-zhurnalistyky-abo-yak-vryatuvaty-nudnyy-kontent.html>
5. Досенко А., Погребняк І. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери Київ: Видавництво «Центр учбової літератури», 2020. 184 с.
6. Ключник О., Комаровський В., Косулецький П., Логвінов В., Матюхін С., Музичук О. П'ять вдалих проєктів: до європейського проєкту. Посібник. Варшава, 2009.
7. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : монографії / В. В. Різун, В. Е. Шевченко, Л. П. Федорчук ; за заг. ред. В. Е. Шевченко. - ВПЦ "Київський університет", 2018. - 319 с.
8. Прімбс, Штефан. Соціальні медіа для журналістів. редакційна робота з Gasebook, Twitter & Co / Штефан Прімбс ; редактор В. Ф. Іванов ; перекладач В. Климченко. - Академія вільної преси, 2018. 198 с.
9. Тодорова О. В. Енергія креативу. Банк ідей для бізнес-комунікацій. К:Інтерконтіненталь-Україна, 2020. 192 с.
10. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017.
11. Шевченко В.Е. Мультимедійні історії: навч. посібник. Київ: Інститут журналістики, 2020.-74 с. Режим доступу: <https://cutt.ly/fRluOoN>
12. Кросмедіа: контент, технології, перспективи / за заг. Ред. В. Е. Шевченка. Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/mono/cross.pdf>
13. 10 правил дизайну від Павла Салиги
<http://yellowarrow.ho.ua/ua/rules.html>.
14. Lisnevskа A., Kutsai T., Kutsai Y. On professional competencion of journalists in the context of digitalization and diversification of videocontent // The challenges in the development of future specialists/ Collective monograph / editors Gina Aurora Necul, Dr.Prof. Viktor Koval/ - Galati : Galati University Press, 2021. 254 p. P. 42-53.
15. The Specifics of Creating Student Multimedia Projects in University Humanitarian Education under the Conditions of the Pandemic / M. Angelova, A. Lisnevskа, O. Brovko, Y. Fruktova, N. Zrazhevskа, T. Polishuk . International Journal of Information and Education Technology. 2022. T. 12, № 11. С. 1198–1204. URL: <https://doi.org/10.18178/ijiet.2022.12.11.1739>

Додаткова

1. Бурмака М. В. Контактні програми на телебаченні: особливості «допродакшн»-, «продакшн»- і «постпродакшн»періодів. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1832>
2. Конспект майстер-класу «VFX – це не просто постпродакшн». Режим доступу: <https://faculty.film.ua/uk/news/1759>
3. Конспект майстер-класу «Бюджетування візуальних ефектів». Режим доступу: <https://faculty.film.ua/uk/news/1885>
4. Коцарев О. О. Інтернет-сайти: функціонально-змістова типологія– Режим доступу: [http://www-philology.univer.kharkov. ua/katedras/prof_sites/kotsarev/kots_article_3.pdf](http://www-philology.univer.kharkov.ua/katedras/prof_sites/kotsarev/kots_article_3.pdf)
5. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики : теоретичні аспекти // Львів, Вісн. Львів ун. Сер Журн. 2018. Випуск 44. - С. 246–253 Режим доступу <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/600087.pdf>
6. Лавриш Ю. Жанрова палітра нових медій : специфіка і креативність // Львів, Вісн. Львів ун. Сер Журн. 2018. Випуск 44. - С. 239 - 245. – Режим доступу <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/9374>
7. Лісневська А. Л., Фруктова Я. С. Аудіовізуальний контент : до питання ризиків впливу сучасних медіа. Інтегровані комунікації. Вип 8. Київ : Ун-т Грінченка, 2019. URL : <https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/154>
8. Технологічні етапи виробництва відеоролика. http://stud.com.ua/34923/marketing/tehnologichni_etapi_virobnitstva_video_rolika.
9. HTML-верстка і Web-програмування сайту. З чого почати? <http://vispyanskiy.name/html-verstka-i-web-prohramuvannya-sajtu-z-choho-rochat>

