

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра журналістики та нових медіа

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної  
та навчальної роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ

2024 року



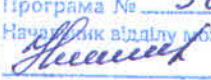
## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

# СТВОРЕННЯ ТА ВЕДЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

для студентів

спеціальності: 061 Журналістика  
рівня вищої освіти: другого (магістерського)  
освітньої програми: 061.00.01 Журналістика

Київ – 2024

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА	
Код ЄДРПОУ 45207966	
Програма № <u>3653/24</u>	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
	
(підпис)	(прізвище, ініціал)
«...»	20 <u>24</u>

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

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

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

Протокол від 26 січня 2024 року № 9

Завідувач кафедри  Інга ПОГРЕБНЯК


Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Журналістика»

\_\_\_ . \_\_\_ . 2024 року

Гарант освітньо-професійної програми  Аліна ЛІСНЕВСЬКА

Робочу програму перевірено

\_\_\_ . \_\_\_ . 2024 р.

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
	денна
Вид дисципліни	за вибором
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів/годин	5,5/165
Курс	1
Семестр	2
Кількість змістових модулів з розподілом	5
Обсяг кредитів	5,5
Обсяг годин, в тому числі:	165
Аудиторні	44
Модульний контроль	11
Самостійна робота	110
Форма семестрового контролю	залік

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета навчальної дисципліни:** курс передбачає формування у магістрантів теоретичних знань та практичних навичок напрацювання досвіду створення і ведення комунікаційних проєктів, умінь створювати контент та ефективну комунікаційну систему і стратегію їх поширення.

**Завдання** курсу полягають в тому, щоб **опанувати** понятійно-категоріальний апарат, в якому головними є терміни та поняття концепція комунікаційного проєкту, якість та ефективність комунікаційного проєкту; **з'ясувати** чинники розвитку новітніх комунікаційних проєктів, їх змістову структуру; **навчитися** визначати та оцінювати дизайнерські та маркетингові концепції комунікаційних проєктів різних видів, рівень їх технологічного виконання; **навчити** студентів розробляти концепції власних комунікаційних проєктів та реалізувати їх на практиці.

### 3. Результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення курсу «Створення та ведення комунікаційних проєктів» студент знатиме:

- специфіку комунікаційного проєкту як об'єкта й метода журналістської діяльності,
- методику створення комунікаційного проєкту та його просування;
- основні етапи роботи над створенням комунікаційного проєкту.

**Студент умітиме:**

- збирати, вивчати і аналізувати наявну інформацію, необхідну для створення комунікаційного проєкту, знаходити оптимальні способи досягнення мети;
- виконувати заплановані технологічні операції у ході роботи над комунікаційним проєктом;
- здійснювати SWOT-аналіз проєкту (його сильні і слабкі сторони, можливості і загрози);
- розробляти концепцію та стратегію просування власного комунікаційного проєкту, оцінювати його якість.

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

**Загальні:**

ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК07. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

**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.

СК07. Здатність забезпечувати та оцінювати стратегічний розвиток команди.

**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.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт				
			Аудиторна:				
			Лекцій	Практичні	Семинарські	Модульний контроль	Самостійна робота
<b>Змістовий модуль I. Етапи створення комунікаційного проєкту</b>							
	Тема 1. Пошук ідеї. Визначення теми і мети комунікаційного проєкту.	8	2	2			4
	Тема 2. Основні етапи створення комунікаційного проєкту..	8	2				6
	Тема 3. Розробка концепції: місія, завдання, цільова аудиторія, SWOT-аналіз.	12	2	2			8
	Модульний контроль 1	2				2	
	Разом	30	6	4		2	18
<b>Змістовий модуль II. Інструменти створення та просування комунікаційного проєкту</b>							
	Тема 4. Базові творчі та технологічні інструменти для створення комунікаційного проєкту	8	2				6
	Тема 5. Спеціалізовані програми й платформи для ведення комунікаційних проєктів	10	2	2			6
	Тема 6. Онлайн інструменти комунікації	10		2			8
	Модульний контроль 2	2				2	
	Разом	30	4	4		2	20
<b>Змістовий модуль III. Форми та особливості контенту комунікаційного проєкту</b>							
	Тема 7. Структурні елементи текстово-візуального контенту	12	2				10
	Тема 8. Формати аудіовізуального контенту для комунікаційного проєкту	14	2	2			10
	Тема 9. Мультимедійні формати в комунікаційних проєктах	10		2			8
	Модульний контроль 3	2				2	
	Разом	38	4	4		2	28
<b>Змістовий модуль IV. Постпродакшн і колаборація</b>							
	Тема 10. Специфіка оформлення та використання контенту в соцмережах Facebook, Instagram, Телеграм	14	2	2			10
	Тема 11. Специфіка оформлення та використання контенту в You Tube	14	2	2			10

Модульний контроль 4	2				2	
Разом	30	4	4		2	20
<b>Змістовий модуль V. Просування і монетизація комунікаційного проєкту</b>						
Тема 12. Розробка стратегії просування проєкту	10	2	2			6
Тема 13. Запуск проєкту. Поширення контенту в інформаційних ресурсах	14	2	2			10
Тема 14. Монетизація проєкту	10		2			8
Модульний контроль 5	3				3	
Разом	37	4	6		3	24
Усього	165	22	22		11	110

## 5. Програма навчальної дисципліни

### Змістовий модуль I

#### Етапи створення комунікаційного проєкту

#### **Лекція 1. Пошук ідеї. Визначення теми і мети комунікаційного проєкту (2 год.)**

Основні етапи творчого процесу над створенням комунікаційного проєкту: пошуковий (визначення теми проєкту, пошук і аналіз проблеми, постановка мети проєкту), 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).

#### **Практичне заняття 1. Пошук ідеї. Визначення теми і мети комунікаційного проєкту (2 год.)**

#### **Лекція 2. Основні етапи творчого процесу створення комунікаційного проєкту (2 год.)**

Етапи розробки комунікаційного проєкту:

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

Підготовка анотації проєкту. Оцінка потреби проєкту, його актуальності, інноваційності, соціально-комунікаційної спрямованості, реальної можливості виконання проєкту. Складання переліку заходів проєкту. Визначення очікуваних

результатів, цільових груп проєкту, обсягу коштів, необхідних для його реалізації, джерел його фінансування.

SWOT-аналіз проєкт (сильні та слабкі сторони, потенційні можливості, загрози). PEST-аналіз проєкт (політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори зовнішнього середовища, які можуть вплинути на реалізацію проєкту).

### **Лекція 3. Розробка концепції: місія, завдання, цільова аудиторія, SWOT-аналіз (2 год.)**

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.

SWOT-аналіз проєкт (сильні та слабкі сторони, потенційні можливості, загрози). PEST-аналіз проєкт (політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори зовнішнього середовища, які можуть вплинути на реалізацію проєкту).

### **Практичне заняття 2. Розробка концепції: місія, завдання, цільова аудиторія, SWOT-аналіз (2 год.)**

## **Змістовий модуль II.**

### **Інструменти створення та просування комунікаційного проєкту**

### **Лекція 4. Базові творчі та технологічні інструменти для створення комунікаційного проєкту (2 год.)**

Онлайн інструменти комунікацій: блоги, сайти, онлайн медіа, соціальні мережі.

Інтерактивний сторітейлінг: від великих текстів в інтернеті до лонгвідів, від таблиць та діаграм до анімацій, 3d інфографіки, від звичайної історії до інтерактивного сторітейлінгу.

Препродакшн (етапа підготовки до знімального процесу, аудіо запису, включаючи написання сценарію, підбір акторів, розкадрування Продакшн (сам знімальний процес або процес аудіо запису). Формування Layout, створення моделей і текстур, створення персонажів, об'єктів анімаційних ригів; R&D (Research & Development); Look development; Фінальна анімація.

### **Лекція 5. Спеціалізовані програми й платформи для ведення комунікаційних проєктів (2 год.)**

Призначення і основні функціональні можливості безкоштовної платформи blogger.com від Google. Функціональність налаштувань. Програми й алгоритми для ведення свого блогу. Створення пунктів меню, повідомлення, сторінки, обмін за допомогою блогу різною корисною інформацією, додавання текстового та графічного контенту, мультимедійних файлів, стандартних віджетів (соціальні закладки, лічильник відвідувачів, форма підписки, перекладач, опитування тощо).

Загальне уявлення про безплатні спеціалізовані програми й платформи



Todoist, Slack, Trello, GanttProjekt, Asana.

Інтерактивний сторітейлінг: від великих текстів в інтернеті до лонгрідів, від таблиць та діаграм до анімацій, 3d інфографіки, від атласу до інтегрованої карти та графіка, від звичайної історії до інтерактивного сторітейлінгу.

Сучасні тренди VR та AR (додана реальність) у створенні контенту.

Журналістика та штучний інтелект.

**Практичне заняття 5. Спеціалізовані програми й платформи для ведення комунікаційних проєктів (2 год.)**

**Практичне заняття 6. Онлайн інструменти комунікації (2 год.)**

### **Змістовий модуль III**

#### **Форми та особливості контенту комунікаційного проєкту**

**Лекція 6. Структурні елементи текстово-візуального контенту (2 год.)**

Психологія сприйняття шрифтів.

Система шрифтів та візуальних елементів. Візуальні символи: форми, лінії, комбінації. Емоційний вплив. Читання та сприйняття. Брендова ідентичність. Асоціації.

Шрифти із засічками (надійність та авторитетність) Times New Roman, Georgia, Bodoni, Garamond.

Шрифти без засічок (сучасність та мінімалізм). Arial, Helvetica, Verdana, Roboto, Candara, Futura.

Рукописні шрифти додають унікальність та індивідуальність. Lucida Script, Lobster та Zapfino.

Декоративні шрифти (своєрідні та творчі) Bombing, Gigi та Jokerman.

Прямі витягнуті шрифти (візуальна напруженість та активність). Вони можуть бути використані для передачі енергії та динамічності.

Bebas Neue, Montserrat, Raleway, Oswald, Nexa, Aileron, Intro, Gotham.

Мета та стиль (що саме ви хочете сказати). Текст завжди повинен бути читабельним. Адаптація до цільової аудиторії. Стиль бренд для підтримки єдиного візуального вигляду. Використання різних шрифтів для виділення заголовків, підзаголовків та основного тексту для ієрархії. Сумісність із графікою.

**Лекція 7. Формати аудіовізуального контенту для комунікаційного проєкту (2 год.)**

Формати та жанри відеоконтенту. Інтернет-платформи для поширення аудіовізуального контенту. Вибір формату відповідно цільової аудиторії та завдань проєкту, його потужностей.

Мова екрану : колір, світло, композиція, атмосфера, звук, драматургія.

Хронотоп відео в сучасному інформпросторі. Монтаж відео. Монтаж звуку та зображення.

**Практичне заняття 7. Формати аудіовізуального контенту для комунікаційного проєкту (2 год.)**

## **Практичне заняття 8. Мультимедійні формати в комунікаційних проєктах (2 год.)**

### **Змістовий модуль IV. Постпродакшн і колаборація**

#### **Лекція 8. Специфіка оформлення та використання контенту в соцмережах Facebook, Instagram, Телеграм (2 год.)**

Стратегія, цілі та візії, концепція, етапи розроблення сторінки, вимірні цілі (спільнота, охоплення, взаємодія). Дані для вимірювання результатів. Taser, 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.

Контент-план для соцмереж

Робота з матеріалом із соцмереж.

Авторське право та особисті права журналістів в соціальних медіа

#### **Практичне заняття 9. Специфіка оформлення та використання контенту в соцмережах Facebook, Instagram (2 год.)**

#### **Лекція 9. Специфіка оформлення та використання контенту в You Tube (2 год.)**

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

Колаборація соцмереж і You Tube, функції, формати.

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

Можливості «Моя студія».

Формальна та неформальна спільнота. Мета: конструктивна спільнота.

Між цензурою та тролінгом.

#### **Практичне заняття 9. Специфіка оформлення та використання контенту в You Tube (2 год.)**

### **Змістовий модуль V.**

#### **Просування і монетизація комунікаційного проєкту**

#### **Лекція 10. Розробка стратегії просування проєкту (2 год.)**

Підготовка до запуску комунікаційного проєкту. 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 та пошук партнерів. Завершення проєкту.

#### **Практичне заняття 10. Розробка стратегії просування проєкту (2 год.)**

## Лекція 11. Запуск проєкту. Поширення контенту в інформаційних ресурсах (2 год.)

### Практичне заняття 11. Запуск проєкту. Поширення контенту в інформаційних ресурсах (2 год.)

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, brend book.

Планування комунікаційного проєкту у часі: PR компанія.

Контент план (серія контент-планів та медіапланування).

Моніторинг проміжних результатів.

Фандрайзинг. Product Placement. Спонсорство та благодійність.

Система грантів (національні, міжнародні – УКФ, Креативна Європа).

## 6. Контроль навчальних досягнень

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4		Модуль 5	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
Відвідування практичних занять	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
Робота на практичному занятті	10	2	20	2	20	2	20	2	20	3	30
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15	3	15	2	10	3	15
Виконання модульної контрольної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом			65		64		64		59		75
Максимальна кількість балів:		252									
Розрахунок коефіцієнта:		Розрахунок: $252 : 100 = 2,52$ Студент набрав: 200 балів Оцінка: $200 : 2,52 = 79,4$ балів									

## **Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання**

### **Змістовий модуль I**

#### **Етапи створення комунікаційного проєкту**

##### **Тема 1-2. Пошук ідеї. Визначення теми і мети комунікаційного проєкту (10 год.)**

Визначити тему, ідею, місію, структуру, тривалість, вид контенту, цільову аудиторію.

Ukrainer

[https://www.ukrainer.net/ru/?gclid=EAIaIQobChMIIn8zh6Y6ChAMVTEtHAR2fSAzcEAAAYASAAEgK3v\\_D\\_BwE](https://www.ukrainer.net/ru/?gclid=EAIaIQobChMIIn8zh6Y6ChAMVTEtHAR2fSAzcEAAAYASAAEgK3v_D_BwE)

##### **Тема 3. Розробка концепції: місія, завдання, цільова аудиторія, SWOT-аналіз (8 год.)**

Створити анотацію проєкту та SWOT-аналіз (в колаборації з соцмережами)

[https://www.youtube.com/channel/UCNAQojnIUf\\_QMcsanFfAuGQ/featured](https://www.youtube.com/channel/UCNAQojnIUf_QMcsanFfAuGQ/featured)

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

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

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.**

#### **Інструменти створення та просування комунікаційного проєкту**

##### **Тема 4-5. Базові творчі та технологічні інструменти для створення комунікаційного проєкту (12 год.)**

На узагальненні та конкретних прикладах визначити онлайн інструменти комунікації (блоги, сайти, онлайн медіа, соціальні мережі) та елементи інтерактивного сторітелінгу проєктів.

Радіо Свобода

<https://www.radiosvoboda.org/>

<https://www.facebook.com/radiosvoboda.org>

<https://www.instagram.com/radio.svoboda/>

##### **Тема 6. Спеціалізовані програми й платформи для ведення комунікаційних проєктів (8 год.)**

Надати власний приклад з використанням безкоштовної платформи blogger.com від Google та інструменти штучного інтелекту. Описати його комунікаційний потенціал і можливості.

Критерії оцінювання для самостійної роботи модуля 2:

- чітке розуміння та визначення концепції;

- відповідність онлайн інструментів та спецпрограм;
- достатній обсяг текстово-візуального контенту для аналізу;
- обґрунтування доцільності використання комунікаційних інструментів просування проєкту.

### **Змістовий модуль III**

#### **Форми та особливості контенту комунікаційного проєкту**

##### **Тема 7. Структурні елементи текстово-візуального контенту (10 год.)**

Проаналізувати шрифти і графічні елементи (комбінування) проєктів за критеріями.

Відповідність меті і психології аудиторії.

Емоційний вплив.

Читання та сприйняття.

Брендова ідентичність.

Асоціації.

Спецпроєкти ELLE <https://elle.ua/projects/>

The Tims <https://www.thetimes.co.uk/> (English)

Бабель. Пекельце

[https://pekeltse.babel.ua/?\\_ga=2.180613668.26771067.1706519723-110043820.1706519723](https://pekeltse.babel.ua/?_ga=2.180613668.26771067.1706519723-110043820.1706519723)

Favebet <https://www.favbet.ua/uk/>

Критерії оцінювання:

- 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 8. Формати аудіовізуального контенту для комунікаційного проєкту (10 год.)**

Визначити відеоформати (форми) контенту, інтернет-платформи для поширення аудіовізуального контенту, обґрунтувати вибір формату відповідно цільової аудиторії та завдань проєкту, його потужностей проєкту Акіма Галімова «Реальна історія»

<https://www.youtube.com/@realnaistoriya>

Створити власне представлення зазначеного проєкту в кадрі на 20 секунд для Інстаграм.

Критерії оцінювання:

- розуміння жанрової природи і форматів відео
- знання алгоритмів відповідності форматів відео до запитів цільової аудиторії та досягнення мети проєктів
- для стендапу – правила побудови композиції кадру лінійна, кольорова, світлотінь, звук, композиція тексту, відповідність локації

- принцип монтажу за крупністю й розташуванням об'єктів в монтажній фразі.

### **Тема 9. Мультимедійні формати в комунікаційних проєктах (8 год.)**

Визначити ознаки та сутність мультимедійних форматів у проєктах:

<http://radioskovoroda.com/about>

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

<https://www.bbc.com/travel>

[https://www.instagram.com/bbc\\_travel/](https://www.instagram.com/bbc_travel/)

Критерії оцінювання

- грамотне визначення формату 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 3 «Форми та особливості контенту комунікаційного проєкту»** можливо проходження дотичного курсу на безкоштовних платформах Coursera <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 IV. Постпродакшн і колаборація**

### **Тема 10. Специфіка оформлення та використання контенту в соцмережах Facebook, Instagram, Telegram (10 год.)**

Проаналізувати вимірні цілі (спільнота, охоплення, взаємодія). Оформити аналіз вимірювання результатів в таблицю : проміжок часу аналізу (по кожній соцмережі), опис спільноти, графік взаємодії, охоплення загальне за проміжок часу та популярністю контенту (два приклади) на прикладі однієї з соцмереж  
Зафіксувати контент-план за останній тиждень в одній з соцмереж

**The village**

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

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

[https://twitter.com/i/flow/login?redirect\\_after\\_login=%2Fthevillageua](https://twitter.com/i/flow/login?redirect_after_login=%2Fthevillageua)

### **Тема 11. Специфіка оформлення та використання контенту в You Tube (10 год.)**

Оформити аналіз вимірювання результатів в таблицю за певний проміжок часу. Відеохостинг You Tube та соцмережі проєкту, опис спільноти, графік взаємодії, охоплення загальне за проміжок часу та популярністю контенту (два приклади) на прикладі однієї з соцмереж. Визначити формати дописів та наявність reels.

Зафіксувати контент-план за останній час (мінімум 3-4 прикладу контенту) в соцмережах.

Реальна історія з Акімом Галімовим

<https://www.instagram.com/reel/C1MX1E2tRjd>

<https://www.youtube.com/watch?v=w1WvxrsFFzo>

Критерії оцінювання завдань для самостійної роботи модуля 4:

- самостійність та креативність мислення
- чіткість визначень та володіння термінологією
- лаконічне й виразне оформлення матеріалів виконання завдання
- логічна послідовність викладу матеріалу.

## **Змістовий модуль V.**

### **Просування і монетизація комунікаційного проєкту**

**Тема 12-14. Розробка стратегії просування проєкту. Запуск проєкту. Поширення контенту в інформаційних ресурсах (24 год.)**

Запропонувати стратегію просування Live is true

1. Реструктуризація інтерфейсу
2. Визначення рубрик і форматів
3. Онлайн інструменти комунікації

написати прес-реліз для соцмереж, анотацію, опис комунікаційної системи (платформи, колоборація з соцмережами, сайтами інших організацій, серія презентацій, команда)

Критерії оцінювання завдань для самостійної роботи модуля 5:

- самостійність та креативність мислення
- чіткість визначень та володіння термінологією
- лаконічне й виразне оформлення матеріалів виконання завдання
- логічна послідовність викладу матеріалу.

### **6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.**

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

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 – 5. Виконання кожної роботи є обов'язковим.

#### **Модульна контрольна робота № 1.**

Письмова робота в таблиці

Обрати цифровий медіаресурс комунікаційного проєкту та визначити його концепцію

мету, завдання, аудиторію

часовий проміжок  
комунікаційну стратегію у часі та просторі  
структуризацію контенту (форматність)  
змоделювати етапи створення проєкту з відповідними наявними результатами (алгоритм «зворотній відлік»)

Критерії оцінювання:

- логічність та обґрунтованість відповідей
- чіткість визначень та володіння термінологією
- лаконічне й виразне оформлення матеріалів виконання завдання
- логічна послідовність викладу матеріалу.

### **Модульна контрольна робота № 2.**

Письмова робота.

Розробити концепцію власного блогу та запропонувати комунікаційні інструменти його просування.

Критерії оцінювання:

- логічність та обґрунтованість відповідей
- самостійність і креативність
- чіткість визначень та володіння термінологією
- лаконічне й виразне оформлення матеріалів виконання завдання
- логічна послідовність викладу матеріалу.

### **Модульна контрольна робота № 3.**

Письмова робота

Проаналізувати студентський проєкт Live is true, зробити SWOT-аналіз, надати план нової комунікаційної стратегії і компанії за напрямками:

- контент проєкту
- рубрикація
- контент для соцмереж
- форматність
- бренд бук.

### **Модульна контрольна робота № 4.**

Концепцію та комунікаційну модель власного проєкта проаналізувати за напрямками:

концепція

мета, завдання, аудиторія

часовий проміжок

комунікаційна стратегію у часі та просторі

структуризація контенту (форматність – текстово-графічний, аудіовізуальний)

Визначити шрифти і графічні елементи (комбінування) проєкту за критеріями.

Відповідність меті і психології аудиторії.

Емоційний вплив.



Читання та сприйняття.

Брендова ідентичність.

Асоціації.

Критерії оцінювання

- логічність та обґрунтованість відповідей
- самостійність і креативність
- чіткість визначень та володіння термінологією
- лаконічне й виразне оформлення матеріалів виконання завдання
- логічна послідовність викладу матеріалу.

### **Модульна контрольна робота № 5.**

Концепцію та комунікаційну модель власного проєкта представити на етапі комунікаційної компанії в колаборації з іншими інформаційними ресурсами та комунікативними платформами. Визначити

Вимірні цілі (спільнота, охоплення, взаємодія).

Проміжок часу (по кожній соцмережі), опис спільноти, графік взаємодії, охоплення загальне за проміжок часу та популярністю контенту (два приклади) на прикладі однієї з соцмереж.

Створити контент-план на тиждень в одній з соцмереж.

Результати представити у вигляді презентації авторського комунікаційного проєкту за показниками 4 та 5 модульної контрольної роботи.

### **6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання.**

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Створення та ведення комунікаційного проєкту» 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.

Форма проведення: *залік*

### **6.6. 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 картка дисципліни «Створення та ведення комунікаційних проєктів»

Разом: 165 год., лекції – 22 год., практичні заняття – 22 год., самостійна робота – 110 год., модульний контроль – 11 год, залік

Модулі	Змістовий модуль I			Змістовий модуль II		
Назва модуля	Етапи створення комунікаційного проєкту			Інструменти створення та просування комунікаційного проєкту		
Лекції	Відвідування – 3 б.			Відвідування – 2 б.		
Теми лекцій	Тема 1. Пошук ідеї. Визначення теми і мети комунікаційного проєкту – 1 б.	Тема 2. Основні етапи творчого процесу створення комунікаційного проєкту – 1 б.	Тема 3. Розробка концепції: місія, завдання, цільова аудиторія, SWOT-аналіз – 1 б.	Тема 4. Базові творчі та технологічні інструменти для створення комунікаційного проєкту – 1 б.	Тема 5. Спеціалізовані програми й платформи для ведення комунікаційних проєктів – 1 б.	
Практичні заняття	Відвідування – 2 б.			Відвідування – 2 б.		
Теми практичних занять	Тема 1. Пошук ідеї. Визначення теми і мети комунікаційного проєкту – 10 б.		Тема 3. Розробка концепції: місія, завдання, цільова аудиторія, SWOT-аналіз – 10 б.		Тема 5. Спеціалізовані програми й платформи для ведення комунікаційних проєктів – 10 б.	Тема 6. Онлайн інструменти комунікації – 10 б.
Самостійна робота	15 б.			15 б.		

Модул і	Змістовий модуль III			Змістовий модуль IV		Змістовий модуль V		
Назва модуля	Форми та особливості контенту комунікаційного проєкту			Постпродакшн і колаборація		Просування і монетизація комунікаційного проєкту		
Лекції	Відвідування – 2 б.			Відвідування – 2 б.		Відвідування – 2 б.		
Теми лекцій	Тема 7. Структурні елементи текстово- візуального контенту – 1 б.	Тема 8. Формати аудіовізуальн ого контенту для комунікаційн ого проєкту – 1 б.		Тема 10. Специфіка оформлення та використання контенту в соцмережах Facebook, Instagram, Телеграм – 1 б.	Тема 11. Специфіка оформлення та використання контенту в You Tube – 1 б.	Тема 12. Розробка стратегії просування проєкту – 1 б.	Тема 13. Запуск проєкту. Поширення контенту в інформаційн их ресурсах – 1 б.	
Практи чні занятт я	Відвідування – 2 б.			Відвідування – 2 б.		Відвідування – 3 б.		
Теми практи чних занять		Тема 8. Формати аудіовізуально го контенту для комунікаційног о проєкту – 10 б.	Тема 9. Мультимеді йні формати в комунікацій них проєктах – 10 б.	Тема 10. Специфіка оформлення та використання контенту в соцмережах Facebook, Instagram, Телеграм – 10 б.	Тема 11. Специфіка оформлення та використання контенту в You Tube – 10 б.	Тема 12. Розробка стратегії просування проєкту – 10 б.	Тема 13. Запуск проєкту. Поширення контенту в інформаційн их ресурсах – 11 б.	Тема 14. Монетиз ація проєкту – 11 б.
Самост ійна робота	15 б.			10 б.		15 б.		

## 8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. 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.
2. Лісневська А., Ангелова М., Нестеров В. Використання інтернет-платформ в проєктній діяльності майбутніх журналістів // Обрії друкарства. № 2 (14), 2023. <http://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/295370>
3. Гац Х. Нові інструментарії журналістики або як врятувати нудний контент <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/novi-instrumentariyi-zhurnalistyky-abo-yak-vryatuvaty-nudnyy-kontent.html>
4. Досенко А., Погребняк І. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери. Київ: Видавництво «Центр учбової літератури», 2020. 184 с.
5. Ключник О., Комаровський В., Косулецький П., Логвінов В., Матюхін С., Музичук О. П'ять вдалих проєктів: до європейського проєкту : посібник. Варшава, 2009.
6. 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.
7. Примбс, Штефан. Соціальні медіа для журналістів. редакційна робота з Gasebook, Twitter & Co / Штефан Примбс ; редактор В. Ф. Іванов ; перекладач В. Климченко. Академія вільної преси, 2018. 198 с.
8. Родиненко Т. Як ми сприймаємо візуальну інформацію. URL: <https://infographica.com.ua/2016/10/31/2489/>.
9. Тодорова О.В. Енергія креативу. Банк ідей для бізнес-комунікацій. Київ : Інтерконтиненталь-Україна, 2020. 192 с.
10. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017.
11. Шевченко В.Е. Мультимедійні історії: навч. посіб. 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. Десять правил дизайну від Павла Салиги <http://yellowarrow.ho.ua/ua/rules.html>.
14. Як створити комунікаційні проєкти. <https://foxminded.ua/plan-komunikatsii-proiektu/>
15. Lisnevska 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.
16. The Specifics of Creating Student Multimedia Projects in University

Humanitarian Education under the Conditions of the Pandemic / M. Angelova, A. Lisnevskaya, O. Brovko, Y. Fruktova, N. Zrazhevskaya, 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. Конспект майстер-класу «VFX – це не просто постпродакшн». Режим доступу: <https://faculty.film.ua/uk/news/1759>
2. Конспект майстер-класу «Бюджетування візуальних ефектів». Режим доступу: <https://faculty.film.ua/uk/news/1885>
3. 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)
4. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики : теоретичні аспекти // Вісн. Львів ун-ту. Сер. Журн. 2018. Випуск 44. С. 246–253. Режим доступу: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/600087.pdf>
5. Лавриш Ю. Жанрова палітра нових медій : специфіка і креативність // Вісн. Львів ун. Сер. Журн. 2018. Вип. 44. С. 239-245. Режим доступу: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/9374>
6. 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>
7. Технологічні етапи виробництва відеоролика [http://stud.com.ua/34923/marketing/tehnologichni\\_etapi\\_virobnitstva\\_v\\_ideo\\_rolika](http://stud.com.ua/34923/marketing/tehnologichni_etapi_virobnitstva_v_ideo_rolika).
8. Формування комунікативної стратегії <https://yaneznayu.com/expert/communication-strategy/>