

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
В. Н. КАРАЗІНА

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан соціологічного факультету
Олена МУРАДЯН

«31» серпня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Менеджмент контенту вебсайту»

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

спеціальність 054 – Соціологія

освітня програма Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю

спеціалізація _____

вид дисципліни вибіркова

факультет соціологічний

2023/2024 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

«28» червня 2023 року, протокол № 6

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

Змій Лілія Миколаївна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Протокол від « 05 » червня _____ 2023 року № 14__

в.о.завідувачки кафедри
прикладної соціології
та соціальних комунікацій



(підпис)

Ірина СОЛДАТЕНКО
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної) програми
«Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю»

Гарант освітньої програми



(підпис)

Ірина СОЛДАТЕНКО
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна

Протокол від « 26 » червня _____ 2023 року № 9__

Голова науково-методичної комісії



Юлія СОРОКА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Контент-менеджмент вебсайту» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю» та враховує вимоги до змішаної форми навчання.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є теоретичні та практичні засади медіарелейшнз в сучасному суспільстві, розробка і впровадження проєктів з побудови дієвих комунікацій з масмедіа задля ефективності організацій, державних установ, бізнесових структур тощо різного рівня.

Програма навчальної дисципліни включає такі теми:

Тема 1. Медіарелейшнз як система побудови відносин із медіа.

Тема 2. Організація роботи пресслужби: поняття, види, функції та структура.

Тема 3. Роль комунікаторів у зв'язках із медіа: речник, пресекретар, керівник пресслужби.

Тема 4. Управління комунікаціями та зв'язками із медіа в організації.

Тема 5. Підготовка інформаційних матеріалів для медіа.

Тема 6. Основні принципи менеджменту зв'язків із медіа.

Тема 7. Заходи, спрямовані на встановлення та підтримку відносин із медіа.

Тема 8. Медіарелейшнз у кризових комунікаціях.

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни полягає в наданні теоретичних і практичних навичок щодо координації робіт зі створення контенту та змістовного наповнення вебресурсів, проведення їх експертизи, формування рекомендацій стосовно їх корекції відповідно до загальноприйнятих вебстандартів; вивчення основ пошукової оптимізації вебконтенту (Search Engine Optimization; SEO) та систем управління змістовним наповненням вебсайту (Content Management System, CMS); формування розуміння принципів і засад розробки комплексного вебпроєкту.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є

- розуміти специфіку побудови архітектури вебсайту, її етапів, зокрема створення зручної та зрозумілої навігаційної системи вебсайту;

- вміти розробляти унікальний, оптимізований текстовий і графічний контент для вебресурсів з урахуванням потреб цільової аудиторії; розрізняти його основні типи та способи формування;

- опанувати принципи роботи із розповсюдженими системами управління контентом (CMS), правила розміщення та актуалізації веб-контенту;

знати:

- специфіку процедури пошуку, аналізу та формування текстового контенту для веб-сайтів;

- основні стандарти адаптації текстового контенту до вимог веб-простору;

- програми та методи опрацювання графічного контенту;

- правила та засади оптимізації контенту (SEO);

- устрій та функціональні можливості системи управління контентом (CMS).

володіти:

- ключовими поняттями, критеріями та засадами контент-менеджменту;

- базовими знаннями мови гіпертекстової розмітки (HTML), необхідних для оформлення контенту в рамках веб сайтів;

- методами оптимізації та просування контенту у вебсередовищі;

- інструментарієм системи управління контентом з метою створення сторінок веб-сайту;

- техніками створення гіпертекстової структури веб-сайту;

- навичками розміщення та актуалізації контенту через CMS;

- вміннями розроблювати структуру (архітектуру) веб-сайту або пропозиції щодо її вдосконалення;

- навичками розробки медіа-плану зі створення та оприлюднення контенту;

- вміннями створення унікального тематичного контенту;

- техніками опрацювання та розміщення графічного та медіа-контенту;

- основами типографіки для оформлення текстового контенту.

1.3. Кількість кредитів – 4

1.4. Загальна кількість годин – 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	4-й
Семестр	
7-й	7-й
Лекції	
22 год.	6 год.
Практичні, семінарські заняття	
22 год.	4 год.
Лабораторні заняття	
0 год.	0 год.
Самостійна робота	
76 год.	110 год.
у тому числі індивідуальні завдання (курсова робота)	
0	0

1.6. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми, здобувачі повинні набути компетентності та продемонструвати такі результати навчання:

Перелік предметних компетентностей здобувача вищої освіти:

Загальні компетентності:

ЗК01 – Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02 – Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК03 – Здатність працювати в команді.

ЗК04 – Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК05 – Володіння основними методами, способами і засобами одержання, зберігання, переробки інформації, мати навички роботи з комп'ютером.

ЗК06 – Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ЗК08 – Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК09 – Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК10 – Здатність генерувати нові ідеї.

Фахові компетентності:

ФК01 – Здатність оперувати базовим категоріальним апаратом соціології, реклами та зв'язків з громадськістю.

ФК03 – Здатність аналізувати соціальні зміни, що відбуваються в Україні та світі в цілому.

ФК04 – Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.

ФК06 – Володіння базовими навичками створення текстів і документів, що використовуються в соціології, у сфері зв'язків з громадськістю та реклами.

ФК08 – Здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога, фахівця у сфері реклами, зв'язків з громадськістю.

ФК09 – Уміння обговорювати професійні проблеми, відстоювати свою точку зору, пояснювати сутність явищ, подій, процесів, робити висновки, давати аргументовані відповіді.

ФК10 – Володіння навичками роботи в організації / відділі реклами, маркетингу, зв'язків з громадськістю.

ФК11 – Уміння здійснювати рекламні, інформаційні та промо-кампанії та заходи.

ФК12 – Здатність брати участь у створенні ефективної комунікаційної інфраструктури організації, забезпеченні внутрішньої і зовнішньої комунікації, в тому числі з державними установами, громадськими організаціями, комерційними структурами, засобами масової інформації; брати участь у формуванні та підтримці корпоративної культури.

ФК13 – Здатність брати участь у плануванні, підготовці та проведенні комунікаційних кампаній та заходів відповідно до цілей і завдань організації на основі результатів досліджень.

ФК14 – Здатність організувати підготовку до випуску, виробництва і розповсюдження рекламної продукції, включаючи текстові та графічні, робочі та презентаційні матеріали в рамках традиційних і сучасних засобів створення рекламних та PR повідомлень.

Програмні результати навчання:

РН02 – Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.

PH04 – Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних завдань в сфері соціології, реклами та зв'язків з громадськістю.

PH05 – Вільно спілкуватися державною та іноземною / іноземними мовами усно і письмово з професійних питань.

PH06 – Ефективно виконувати різні ролі (зокрема організатора, комунікатора, критика, генератора ідей, виконавця тощо) у команді в процесі вирішення фахових задач сфері соціології, реклами та зв'язків з громадськістю, дотримуючись професійних етичних норм.

PH07 – Вміння використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.

PH08 – Обґрунтувати власну позицію, робити та аргументувати самостійні висновки за результатами досліджень і аналізу професійної літератури.

PH09 – Володіння навичками організаційно-управлінської роботи з малими колективами.

PH12 – Володіння знаннями і навичками роботи в соціологічних службах, прес-центрах, прес-службах, у засобах масової інформації, відділах реклами, зв'язків з громадськістю, в комунікаційних агентствах.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ: ПІДГОТОВКА, ОБРОБКА ТА РОЗМІЩЕННЯ КОНТЕНТУ

ТЕМА 1. ПОНЯТТЯ І ТИПОЛОГІЯ КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ. СУТНІСТЬ І ЗАВДАННЯ РОБОТИ КОНТЕНТ-МЕНЕДЖЕРА.

Поняття контенту, його основні характеристики. Правила змістовного наповнення веб-сайту. Способи створення контенту. Значення контенту у просуванні веб-сайту: унікальність, оптимізація, трастовість тощо. Навички та обов'язки контент-менеджера.

ТЕМА 2. ПРИНЦИПИ ТА СТАНДАРТИ СУПРОВОДУ ВЕБ-РЕСУРСІВ.

Цілі та завдання створення веб-сайту. Діяльність Консорціуму Всесвітньої павутини (W3C). Приклади веб-стандартів. Характеристики сучасних веб-стандартів. Поняття «семантичної павутини». Складові веб-документу. Переваги дотримання веб-стандартів.

ТЕМА 3. ЕТАПИ СТВОРЕННЯ ВЕБ-САЙТУ.

Характеристика можливих завдань розробки веб-сайту. Передпроектні дослідження, визначення цільової аудиторії веб-сайту. Оформлення брифу на створення сайту. Вимоги (технічне завдання) до створення веб-сайту. Розробка дизайну, верстки та програмної частини проекту. Інформаційне наповнення веб-сайту. Тестування готового веб-продукту в інтернет-середовищі. Оптимізація та позиціонування веб-сайту.

ТЕМА 4. РОЛЬ НАВІГАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ У ПРОЦЕСІ РОЗРОБКИ ВЕБ-ПРОДУКТУ.

Поняття системи навігації веб-сайту. Критерії зручності користування веб-сайтом. Основні вимоги до навігаційної системи. Види навігації: функціональна та візуальна. Типи та структура навігаційної системи веб-сайту.

ТЕМА 5. ПРИНЦИПИ СТВОРЕННЯ МЕНЮ ВЕБ-САЙТУ, ЙОГО ТИПИ.

Поняття структури веб-сайту. Меню як різновид навігаційної системи веб-сайту. Основні типи меню. Функціональне навантаження меню. Стили меню. Приклади веб-сайтів з ефективно реалізованими тематичними меню. Перелік ключових помилок, яких необхідно уникати при розробці меню веб-сайту.

ТЕМА 6. HTML-РОЗМІТКА: СТВОРЕННЯ СТОРІНОК ВЕБ-САЙТУ ТА ФОРМАТУВАННЯ ТЕКСТУ.

Поняття та сутність HTML (HyperText Markup Language). Структура веб-сторінки. Оформлення сторінки веб-сайту за допомогою тегів мови HTML. Форматування тексту через теги HTML: управління абзацами, структурою документа, стилем тексту. Оформлення таблиць. Прописування скриптів для випадуючого меню.

ТЕМА 7. ОБРОБКА ТА РОЗМІЩЕННЯ ГРАФІЧНОГО ТА МЕДІА КОНТЕНТУ.

Параметри та стандарти підготовки зображень для розміщення на веб-сайті. Форматування тексту у контексті розміщення зображень. Підписи до ілюстрацій. Надписи та позначки на ілюстраціях. Поняття стилю веб-сайту. Функціональні можливості відкритих програм для обробки зображень.

ТЕМА 8. ЕЛЕМЕНТИ ТА СПЕЦИФІЧНІ ВИДИ ТЕКСТОВОГО КОНТЕНТУ.

Оформлення рубрикаторів та переліків. Оформлення стилю назв. Скорочення. Числа та знаки. Оформлення дати та часу. Цитати. Посилання всередині тексту. Оформлення таблиць, текстів документів, додаткових текстів.

РОЗДІЛ 2. КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК УНІВЕРСАЛЬНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ВЕБ-САЙТУ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ.

ТЕМА 1. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ КОНТЕНТОМ (CMS).

Поняття та принципи роботи CMS. Види CMS. Вимоги до систем управління контентом. Основні переваги CMS. Різновиди та функції CMS. Приклади безплатних та платних систем управління контентом. Типи CMS.

ТЕМА 2. АСПЕКТИ КОМПОЗИЦІЙНОГО ОФОРМЛЕННЯ ТЕКСТУ. ПРАВИЛА ВЕБ-ТИПОГРАФІКИ.

Основні принципи оформлення композиції текстового контенту в рамках веб-сайту. Склад та ієрархічна послідовність елементів тексту. Принципи розміщення допоміжних складових тексту. Оформлення текстового контенту за основними стандартами веб-типографіки.

ТЕМА 3. ПРИНЦИПИ ТА ПРАВИЛА НАПИСАННЯ УНІКАЛЬНИХ ТЕКСТІВ.

Збір та аналіз інформації для підготовки текстових матеріалів. Переваги й недоліки копірайтингу. Поняття веб-райтингу. Правила дотримання стилістичного викладу матеріалу. Стандарти написання текстів для веб-сайту.

ТЕМА 4. НЬЮСМЕЙКІНГ ЯК МЕТОД ПРОСУВАННЯ ВЕБ-РЕСУРСУ.

Поняття ньюсмейкінгу. Роль ньюсмейкінгу у процесі змістовного наповнення веб-сайту. Правила оформлення та подання новин. Типи інформаційних повідомлень.

ТЕМА 5. SEO-ОПТИМІЗАЦІЯ КОНТЕНТУ.

Поняття та види SEO-оптимізації. Правила написання оптимізованих текстів для користувачів та для пошукових систем. Створення метатегів та їх оптимізація. Перелінковка сторінок веб-сайту.

ТЕМА 6. ЗМІСТОВНЕ НАПОВНЕННЯ ВЕБ-САЙТУ ЗА ДОПОМОГОЮ CMS.

Основний функціонал систем управління сайтом. Візуальний редактор як інструмент розміщення веб-контенту. Основні модулі, необхідні для роботи веб-сайту. Технологія створення структури сайту (меню сторінки). Оформлення стрічки подій на веб-сайті.

ТЕМА 7. СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ КЕРУВАННЯ КОНТЕНТОМ.

Типи соціальних мереж, їх функціональні можливості та відмінності. Правила оформлення контенту в соціальних мережах. Роль соціальних мереж у просуванні веб-сайту. Правила створення хештегів, їх роль в оптимізації контенту.

ТЕМА 8. МЕДІАПЛАНУВАННЯ: ЗАСАДИ ТА ПРИНЦИПИ.

Опис мети та завдань медіаплану для інформаційного супроводу веб-сайту. Аналіз цільової аудиторії. Розробка стратегії з вирішення завдань веб-сайту. Визначення пріоритетних рекламних каналів. Оптимізація медіаплану.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин													
	денна форма							заочна форма						
	усього	у тому числі						усього	у тому числі					
		л	п	лаб.	інд.	семінар.	с.р.		л	п	лаб.	інд.	семінар.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Розділ 1. ОСНОВИ КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ: ПІДГОТОВКА, ОБРОБКА ТА РОЗМІЩЕННЯ КОНТЕНТУ														
ТЕМА 1. Поняття і типологія контент-менеджменту. Сутність і завдання роботи контент-менеджера	7	1	1	-	-	-	5	6,5	0,25	0,25	-	-	-	6
ТЕМА 2. Принципи та стандарти супроводу веб-ресурсів	9	2	2	-	-	-	5	8,5	0,25	0,25	-	-	-	8
ТЕМА 3. Етапи створення веб-сайту	7	1	1	-	-	-	5	6,5	0,25	0,25				6
ТЕМА 4. Роль навігаційної системи у процесі розробки вебпродукту	7	1	1	-	-	-	5	6,5	0,25	0,25				6
ТЕМА 5. Принципи створення меню веб-сайт, його типи	5	1	1	-	-	-	3	7,75	0,5	0,25				7
ТЕМА 6. HTML-розмітка: створення сторінок веб-сайту та форматування тексту	7	1	1	-	-	-	5	8,75	0,5	0,25				8
ТЕМА 7. Обробка та розміщення графічного та медіа контенту.	9	2	2	-	-	-	5	7,75	0,5	0,25				7

Назви розділів і тем	Кількість годин													
	денна форма							заочна форма						
	усь ого	у тому числі						усь го	у тому числі					
		л	п	л а б.	і н д.	се мі н.	с.р .		л	п	ла б.	інд .	се мі н.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15

Розділ 1. ОСНОВИ КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ: ПІДГОТОВКА, ОБРОБКА ТА РОЗМІЩЕННЯ КОНТЕНТУ

ТЕМА 8. Елементи та специфічні види текстового контенту.	9	2	2	-	-	-	5	7,75	0,5	0,25					7
--	---	---	---	---	---	---	---	------	-----	------	--	--	--	--	---

Розділ 2. КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК УНІВЕРСАЛЬНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ВЕБ-САЙТУ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ.

ТЕМА 1. Система управління контентом (CMS).	7	1	1	-	-	-	5	6,5	0,25	0,25	-	-	-	6
ТЕМА 2. Аспекти композиційного оформлення тексту. Правила веб-типографіки.	9	2	2	-	-	-	5	8,5	0,25	0,25	-	-	-	8
ТЕМА 3. Принципи та правила написання унікальних текстів.	7	1	1	-	-	-	5	6,5	0,25	0,25	-	-	-	6
ТЕМА 4. Ньюсмейкінг як метод просування веб-ресурсу.	7	1	1	-	-	-	5	6,5	0,25	0,25	-	-	-	6
ТЕМА 5. SEO-оптимізація контенту.	5	1	1	-	-	-	3	7,75	0,5	0,25	-	-	-	7
ТЕМА 6. Змістовне наповнення веб-сайту за допомогою CMS.	7	1	1	-	-	-	5	8,75	0,5	0,25	-	-	-	8

Назви розділів і тем	Кількість годин													
	денна форма							заочна форма						
	усього	у тому числі						усього	у тому числі					
		л	п	лаб.	інд.	семінар.	с.р.		л	п	лаб.	інд.	семінар.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Розділ 1. ОСНОВИ КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ: ПІДГОТОВКА, ОБРОБКА ТА РОЗМІЩЕННЯ КОНТЕНТУ														
ТЕМА 7. Соціальні медіа як інструмент керування контенту	9	2	2	-	-	-	5	7,75	0,5	0,25	-	-	-	7
ТЕМА 8. Медіапланування: засади та принципи.	9	2	2	-	-	-	5	7,75	0,5	0,25	-	-	-	7
Усього годин	120	22	22	-	-	-	76	120	6	4	-	-	-	110

4. Теми практичних (семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин Д/В	Кількість годин З/В
РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ: ПІДГОТОВКА, ОБРОБКА ТА РОЗМІЩЕННЯ КОНТЕНТУ			
1	Створення вебпроєкту: презентація цілей, завдань, аналіз конкурентного середовища.	1	0,25
2	Створення вебсайту. Первинне змістовне наповнення.	2	0,25
3	Розробка тематичного меню вебсайту.	1	0,25
4	HTML-розмітка текстового контенту.	1	0,25
5	Розробка навігаційної системи вебпроєкту.	1	0,25
6	Підготовка текстового контенту до публікації на вебсайті.	1	0,25
7	Робота з графічним контентом.	2	0,25
8	Оформлення додаткових елементів до текстового контенту.	2	0,25
РОЗДІЛ 2. КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК УНІВЕРСАЛЬНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ВЕБ-САЙТУ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ			
9	Система управління контентом.	1	0,25
10	Підготовка контенту за правилами вебтипографіки.	2	0,25
11	Створення унікальних текстів для вебпроєкту.	1	0,25
12	Оформлення подієвої стрічки для вебсайту.	1	0,25
13	Розроблення контенту за правилами SEO.	1	0,25
14	Розміщення контенту на вебсайті через CMS на прикладі Wordpress	1	0,25

15	Соціальні медіа: формування, розміщення та просування контенту	2	0,25
16	Підготовка та опрацювання медіаплану.	2	0,25
	Усього годин	22	4

5. Завдання для самостійної роботи

Тема	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин (денна форма)	Кількість годин (заочна форма)
Розділ 1. ОСНОВИ КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ: ПІДГОТОВКА, ОБРОБКА ТА РОЗМІЩЕННЯ КОНТЕНТУ			
Тема 1	Опис та обґрунтування концепції вебсайту: аналіз конкурентного середовища, формування мети та завдань проекту.	5	6
Тема 2.	Розробити проект вебдокументу для організації на прикладі магазину дитячого одягу. Запропонувати проект стандартів для цього веб-сайту.	5	8
Тема 3	Підготовка брифу на створення сайту. Необхідно заповнити запропоновану форму з врахуванням вимог та завдань власного веб-проекту.	5	6
Тема 4	Створення навігаційної системи вебсайту. Розробити проект функціональної навігаційної системи вебсайту для магазину крафтової продукції.	5	6
Тема 5	Розробка меню вебсайту. Аналіз на практичних прикладах помилок у розробці меню вебсайтів, корекція і створення нового меню веб-	3	7
Тема 6.	HTML-розмітка: оформлення тексту/ За допомогою тегів мови HTML, зокрема тих, що використовуються для форматування тексту, необхідно підготувати контент для розміщення на веб-сайті.	5	8
Тема 7.	Робота з графічним контентом. Необхідно підібрати тематичні зображення, які найточніше ілюструватимуть запропоновані події, та підготувати їх до публікації на веб-сайті. Підготувати інформативне зображення про зазначені події для розміщення у соціальних мережах, використовуючи сервіс canva.com. Зображення має містити інформацію, що висвітлить основний зміст події.	5	7

Тема 8.	Підготовка матеріалів до публікації на веб-сайті. Необхідно здійснити коректорську правку та форматування тексту. Внесені правки необхідно прокоментувати: виділити текстовий елемент, зайти до розділу «Рецензування», обрати пункт «Створити примітку», написати пояснення, що саме було змінено.	5	7
РОЗДІЛ 2. КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК УНІВЕРСАЛЬНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ВЕБ-САЙТУ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ			
Тема 1.	Робота з CMS. Розглянути та проаналізувати роботу безкоштовної системи управління контентом.	5	6
Тема 2.	Композиційне наповнення веб-сторінки. Необхідно запропонувати як мінімум 2 варіанти розташування зазначеного переліку елементів та рубрик у вигляді блок-схеми індексної сторінки веб-сайту.	5	8
Тема 3.	Оформлення тексту за правилами веб-типографіки. Необхідно підготувати текст до публікації, керуючись правилами веб-типографіки. Внесені правки потрібно описати.	5	6
Тема 4.	Підготовка контенту для наповнення власного веб-проекту. Необхідно розробити тематичний текстовий та графічний контент для кожного пункту меню власного веб-проекту та розмістити його. Підготувати матеріали для подієвої стрічки веб-сайту та розмістити їх.	5	7
Тема 5.	SEO-оптимізація контенту. Створення метатегів, пропозиції з оптимізації на практичних прикладах.	5	6
Тема 6.	Робота із змістовним наповненням вебсайту із допомогою CMS. Розробити та запропонувати варіанти створення стрічки новин для вебсайту.	3	7
Тема 7.	Робота з контентом для соціальних медіа. Необхідно розробити тематичний контент для розміщення в соціальних медіа (Facebook, Instagram) з урахуванням специфіки кожної з зазначених мереж.	5	8
Тема 8.	Розробка медіаплану. Описати цілі, методи, концепцію та інструменти просування довершеного веб-проекту.	5	7
Усього годин		76	110

6. Індивідуальні завдання

Реалізація власного веб-проєкту. Виконання завдання передбачає такі етапи роботи: розробка концепції веб-сайту, формування та розміщення унікального, оптимізованого тематичного контенту, підготовка проєктної документації щодо його змістовного наповнення та просування, презентація проєкту під час семінарського заняття.

7. Методи навчання

Лекції (розкриваються принципові та найбільш важливі аспекти визначених тем) із застосуванням мультимедійних засобів навчання; семінари з елементами практичних дискусій, аналіз практичних ситуацій, ситуативне моделювання, майстер класи від фахівців у галузі медіарилейшнз, робота в групах із вирішення практичних завдань, індивідуальне опрацювання завдань за темами семінарських занять. Лекційні та (семінарські) практичні заняття проводяться на базі дистанційний платформ Zoom та Google Meet.

У разі застосування дистанційного або змішаного навчання, студентам надаються презентації матеріалу, що вивчається, відеообзори представляються на базі платформи Zoom та дублюються у Google Classroom.

Не семінарських заняттях відбувається виконання практичних завдань, аналіз кейсів, ігрове моделювання, які сприяють отриманню практичних навичок та розвитку творчого мислення.

У разі застосування дистанційного або змішаного навчання, студенти виконують практичні роботи та представляють їх під час занять, які проводяться на базі платформи Zoom, виконані завдання також прикріплюються до Google Classroom.

Поглиблена самостійна робота включає вивчення додаткової літератури, підготовку практичних завдань з подальшим груповим обговоренням на семінарах.

8. Методи контролю

Контроль знань з навчальної дисципліни визначає відповідність рівня отриманих студентами знань, вмінь та навичок вимогам нормативних документів з вищої освіти. Навчальним планом та програмою навчальної дисципліни передбачені різні види завдань та контрольна робота.

Поточний контроль знань студентів здійснюється у формі опитувань на семінарах, перевірки виконання завдань для самостійної роботи, доповідей-презентацій, контрольної роботи тощо.

1. Відповіді на семінарі. За повну відповідь, що демонструє знання понять теми, або є самостійною та оригінальною, під час усного опитування на семінарі студент може отримати максимальну 1 бал.

2. Підготовка доповіді-презентації на семінарі. Протягом вивчення дисципліни студент може підготувати доповідь-презентацію за запропонованими до семінарських занять темами. За підготовку доповіді-презентації студент отримує максимальну оцінку 2 бали.

3. Завдання для самостійної роботи. Протягом вивчення дисципліни студент має виконати завдання для самостійної роботи. Оцінюванню підлягають лише ті завдання, які були розв'язані на відповідному семінарському занятті. Максимальна оцінка за виконане завдання до теми – 2 бали.

4. Практичні завдання на семінарі. Протягом вивчення дисципліни студент може самостійно або в групі виконати практичні завдання. Оцінюванню підлягають лише ті завдання, які були розв'язані на відповідному семінарському занятті. Максимальна оцінка за виконане завдання до теми – 2 бали.

5. Модульна контрольна робота. Контрольна робота є творчим завданням. Протягом семестру студенти готують одну контрольну роботу. Виконання контрольної роботи є обов'язковим. Контрольна робота спрямована на аналіз кейсу та практичного вирішення конкретної ситуації, яка полягає у вирішенні конкретного прикладного завдання з підготовки контенту для вебсайту.

6. Підсумковий контроль полягає у перевірці рівня засвоєння знань, умінь і навичок студентів за семестр, на період завершення курсу навчання, спрямований на виявлення системи і структури знань студентів та передбачає презентацію власного веб-проекту, підготовка якого потребує розуміння та оволодіння повним комплексом тем навчальної дисципліни.

Підсумковим контролем є залік (у формі виконання письмових тестових завдань). Залік може проводитись як в аудиторії, так і дистанційно (за потреби), а також може виконуватись письмово або онлайн (за допомогою Google Classroom). Використання Google Classroom можливо і під час аудиторного виконання залікової роботи. Запитання письмової роботи охоплюють матеріал, розглянутий на лекційних заняттях з дисципліни і опрацьований самостійно.

9. Схема нарахування балів

Денне відділення

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання															Залік	Сума					
Розділ 1								Розділ 2									Контрольні роботи, передбачені навчальним планом	Індивідуальний проєкт	Разом		
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	1	15	60	40	100	
10								15								20					

Заочне відділення

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання															Залік	Сума					
Розділ 1								Розділ 2									Контрольні роботи, передбачені навчальним планом	Індивідуальний проєкт	Разом		
Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 1	Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	1	15	60	40	100	
10								15								20					

Т 1, Т 2.. – теми розділів.

Обов'язковою умовою допуску до підсумкового семестрового контролю (заліку) є набрання студентом або студенткою 20 балів під час семестру.

Критерії оцінювання поточного контролю:

Високий рівень 2-3 бали	Робота студента характеризується повним, глибоким та змістовним знанням теоретичного та практичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями дисципліни, що вивчається, його роботи характеризуються творчим креативним підходом.
Середній рівень 1-2 бали	Робота студента характеризується повним і змістовним знанням теоретичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями. Але він допускає у роботі деякі несуттєві неточності, його робота не характеризується творчим креативним підходом.
Низький рівень 1 бал	Робота студента характеризується слабким і невпевненим знанням як теоретичного, так практичного матеріалу. Він допускає багато помилок у відповідях на конкретні питання.
Незадовільний рівень 0 балів	У студента дуже слабкий рівень знань теоретичного матеріалу; він не може застосовувати його на практиці; допускає змістовні помилки у виконанні завдань та у відповідях на питання.

Критерії оцінювання контрольної роботи:

Високий рівень Відповідь повна, змістовна, з однією або двома незначними помилками	9 – 10 балів
Середній рівень Відповідь повна, кількість незначних помилок 3-4 або одна суттєва помилка.	7– 8 балів
Низький рівень Відповідь не досить повна, з декількома суттєвими помилками	5 – 6 балів
Незадовільний рівень Відповідь не повна, містить багато суттєвих змістовних та фактажних помилок	1 – 5 бали

Незадовільний рівень Відповідь відсутня та (або) не відповідає суті запитання.	0 балів
--	---------

Критерії оцінювання індивідуальної роботи

Високий рівень 13-15 балів	Студент змістовно виконав зазначені етапи роботи: розробка концепції веб-сайту, формування та розміщення унікального, оптимізованого тематичного контенту, підготовка проектної документації щодо його змістовного наповнення та просування.
Середній рівень 8-12 балів	Студент виконав зазначені етапи роботи: розробка концепції веб-сайту, формування та розміщення унікального, оптимізованого тематичного контенту, підготовка проектної документації щодо його змістовного наповнення та просування. Проте, певний етап (або всі етапи) мають змістовні неточності.
Низький рівень 3-7 бали	Студент частково виконав зазначені етапи роботи: розробка концепції веб-сайту, формування та розміщення унікального, оптимізованого тематичного контенту, підготовка проектної документації щодо його змістовного наповнення та просування. Разом з тим, певний етап (або всі етапи) мають змістовні неточності.
Незадовільний рівень 0 балів	Студент виконав менше половини зазначених етапів роботи. Представлені матеріали мають змістовні неточності.

Критерії оцінювання залікового тесту:

Високий рівень 34 - 40 балів	Виконане студентом залікове завдання характеризується вчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 34 до 40.
Середній рівень 27 - 33 бали	Виконане студентом залікове завдання характеризується своєчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 27 до 33. Або, якщо часові

	рамки виконання тесту були порушені, то від кількості набраних балів знімається 7 балів.
Низький рівень 19 - 26 бали	Виконане студентом залікове завдання характеризується своєчасним виконанням, кількість правильних відповідей від 19 до 26.
Незадовільний рівень 0-18 балів	Виконане студентом залікове завдання має кількість правильних відповідей від 0 до 18. Або відовіді на тест відсутні.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання (курсова робота)	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70 – 89	добре	
50 – 69	задовільно	
1– 49	незадовільно	не зараховано

10. Рекомендована література

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Бердишев С. Н. Рекламний текст: методика складання та оформлення. – Київ, 2008. – 251 с.
2. Вебер Л. Ефективний маркетинг в Інтернеті. Соціальні мережі, блоги, Twitter та інші інструменти просування в Мережі. – Київ, 2010. – 320 с.
3. Вертайм К., Фенвік Я. Цифровий маркетинг. Як збільшити продажі за допомогою соціальних мереж, блогів, вікі-ресурсів, мобільних телефонів і інших сучасних технологій. – Київ, 2010. – 384 с.
4. Каплунов Д. Королі соціальних мереж. Як підвищувати популярність, залучати нових клієнтів та будувати особистий бренд у соціальних мережах за технологією Social Selling. Київ: Видавництво Букшеф, 2022. – 432 с.
5. Кеннелл Ш., Тревіс Б. Секрети YouTube. Посібник зі зростання кількості підписників та прибутку за допомогою відеовпливу / Переклад з англійської О. Асташов. Київ: Book Chef, 2021. – 204 с.

6. Костюченко І. Копірайтинг в алгоритмах. Київ: ІРІО, 2021. – 128 с.
7. Кудряшов Д., Козлов Є. Адміністратор Instagram. Керівництво із заробітку. Київ: Book Chef, 2019. 320 с.
8. Левін М. Сторітелінг для очей, вух і серця. Київ: Наш формат, 2020. – 184 с.
9. Мільчин А. Е. Методика редагування тексту: навч. для вузів. Київ. 2005. 523 с.
10. Мільчин А. Е. Довідник видавця: Редакційно-вид. оформлення видання. Київ. 2005. 1084 с.
11. Нілова Л. Поп-арт-маркетинг. Insta-грамотність та контент-стратегія. Київ. 2018. – 288 с.
12. Рекламний текст: семіотика і лінгвістика. Київ. 2008. 270 с.
13. Роуз Р., Пуліцці Д. Управління контент-маркетингом. Практичний посібник зі створення лояльної аудиторії для вашого бізнесу. Київ. 2014. – 240 с.
14. Снайдер Б. Як блискавично писати живучі тексти. Врятуйте кицьку! / Переклад з англійської Н. Климчук. Харків: Віват, 2021. – 240 с.
15. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Нові методи залучення клієнтів в епоху Інтернету. – Київ. 2012. – 250 с.
15. Халілов Д. Маркетинг в соціальних мережах. Київ. 2017. – 240 с.
16. Ших К. Ера Facebook. Як використовувати можливості соціальних мереж для розвитку вашого бізнесу. Київ. 2018. – 304с.
17. Ann Handley. Everybody Writes. Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content. 383 p.
18. David Ogilvy. Ogilvy on Advertising. – 310 p.
19. Jon Wuebben. Content is Currency. Developing Powerful Content for Web and Mobile. 430 p.
20. Lee Odden. Optimize: How to Attract and Engage More Customers by Integrating SEO, Social Media, and Content Marketing. 370 p.
21. Kenneth Roman и Joel Raphaelson. Writing That Works. 185 p.

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. Блог фірми «Artjoker». Режим доступу — <http://artjoker.ua>
2. Ресурс для освіти з питань контент-маркетингу. Режим доступу — <http://thecontentcouncil.org/>
3. <http://www.buildwebsite4u.com/> — Як створити власний веб-сайт.
4. <http://socialmediaprclass.blogspot.com/> — Social Media for Public Relations.
5. <http://contentmarketinginstitute.com/> — Content Marketing Institute.
6. <http://www.davidmeermanscott.com/> — веб-сайт Девіда Мірмана Скотта, експерта у сфері онлайн-маркетингу.
7. <https://www.codecademy.com/> — Codecademy.
9. <https://www.canva.com/> — додаток для роботи з графічним контентом.

10. <https://pablo.buffer.com/> — додаток для роботи з графічним контентом.
11. <https://tinyjpg.com/> — додаток для роботи з графічним контентом.
12. <http://coschedule.com/headline-analyzer> — сигналізатор заголовків до статей.
13. <https://www.google.com/trends/hottrends/visualize?pn=p1> — аналіз популярних пошукових запитів.
14. <https://moz.com/researchtools/ose/> — зрозумілий інструмент аналізу посилань.
15. <https://serps.com/tools/rank-checker/> — рейтинг ключових слів.
16. <https://www.xml-sitemaps.com/> — генератор мап сайту в форматі XML і HTML.
17. <https://www.canva.com/font-combinations/> — пошук ідеальної комбінації шрифтів для вашого веб-проекту.
18. <https://fonts.google.com/> — безкоштовні шрифти, оптимізовані для вебсайтів.
19. <https://typekit.com/fonts?collection=trial&purpose=desktop> — обмежена колекція шрифтів для вебсайтів і додатків.