МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра слов'янської філології

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан філологічного факультету

_____ Євгенія ЧЕКАРЕВА

«27» червня 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Контентмейкінг

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

галузь знань 03 «Гуманітарні науки»

спеціальність 035 «Філологія»

освітня програма «Мова і література (російська), літературне редагування і створення контенту»

спеціалізація 035.034 «Слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – російська»

вид дисципліни вибіркова

факультет філологічний

2024 / 2025 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою філологічного факультету

“26” червня 2024 року, протокол № 15

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Педченко Людмила Вадимівна, доцент закладу вищої освіти, кандидат філологічних наук, доцент

Програму схвалено на засіданні кафедри слов’янської філології

Протокол від “20”червня 2024 року № 15

Завідувач кафедри слов’янської філології _____ Людмила ПЕДЧЕНКО

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної) програми (керівником проєктної групи) «Мова і література (російська), літературне редагування і створення контенту»

Гарант освітньо-професійної програми _____ Тетяна ШЕХОВЦОВА

Програму погоджено науково-методичною комісією філологічного факультету
Протокол від “25”червня 2024 року № 9

Голова науково-методичної комісії
філологічного факультету _____ Марія БОБРО

ВСТУП

Програма вибіркової навчальної дисципліни **«Контентмейкінг»** складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки першого (**бакалаврського**) рівня вищої освіти спеціальності **035 «Філологія»**

спеціалізації **035.034 «Слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – російська»**

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни **«Контентмейкінг»** полягає у ознайомленні і засвоєнні студентами методів, технологій і правил створення вербального контенту, його графічного оформлення та редагування; визначенні особливостей візуального впливу на реципієнта; формуванні загальних і фахових компетентностей.

Загальні компетентності

ЗК 1. Здатність діяти із соціальною відповідальністю, розуміти основні принципи буття людини, природи, суспільства.

ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 3. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, зокрема для вирішення стандартних завдань у практичних ситуаціях.

ЗК 4. Уміння пропонувати свої послуги на ринку праці, укладати договір, співпрацювати з фахівцями, спілкуватися у професійному середовищі тощо.

ЗК 5. Здатність працювати в міжнародному контексті; розуміння культур та традицій інших країн.

ЗК 6. Здатність працювати в команді та автономно.

ЗК 7. Здатність адаптуватися до нових ситуацій, генерувати нові ідеї.

ЗК 8. Дотримання етичних принципів як з точки зору професійної чесності, гак і з точки зору розуміння можливого впливу досягнень з філології на соціальну сферу.

ЗК 9. Здатність інтерпретувати інформацію в усній формі, перекладати та реферувати її письмово.

ЗК 12. Набуття гнучкого мислення, відкритість до застосування філологічних знань в широкому діапазоні можливих місць роботи та повсякденному житті

Фахові компетентності

ФК 4. Здатність вільно оперувати спеціальною термінологією для розв'язання професійних завдань.

ФК 8. Здатність створювати усні й письмові тексти різних жанрів і стилів державною, російською та іноземними мовами.

ФК 9. Здатність створювати, перекладати та редагувати текстовий контент.

ФК 11. Здатність здійснювати коректуру та редагування текстів різних типів.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни **«Контентмейкінг»** є:

- ознайомлення студентів зі специфікою майбутнього фаху, отримання первинних професійних умінь і навичок із загальнопрофесійних та загальних дисциплін;
- закріплення теоретичних знань, отриманих студентами за час навчання, набуття і вдосконалення практичних навичок та умінь зі створення текстового контенту, редагування та оптимізації готових текстів, копірайтингу та рерайтингу;
- підготовка висококваліфікованих, конкурентоздатних фахівців зі сформованими професійними навичками та вміннями.

1.3. Кількість кредитів: денна форма навчання – 3 кредити;

1.4. Загальна кількість годин: денна форма навчання – 90 годин;

1.5. Характеристика навчальної дисципліни

Вибіркова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	4-й
Семестр	
8-й	8-й
Лекції	
28 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	
26 год.	6 год.
Лабораторні заняття	
0 год.	0 год.
Самостійна робота	
36 год.	76 год.
Індивідуальні завдання	
0 год.	

У разі викладання дисципліни у малочисельній групі кількість годин, відведених на лекції, практичні, семінарські та лабораторні заняття скорочується до 70% від вказаних у таблиці 1.5., а кількість годин самостійної роботи відповідно збільшується.

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких програмних результатів навчання.

ПРН 1. Розрізняти світобачення і світорозуміння кожної культурно-історичної епохи, орієнтуватися у полікультурному середовищі; усвідомлювати різноманітність культурних традицій, сучасні підходи до мультикультуризму і культурного багатоманіття.

ПРН 2. Вміти самостійно набувати знання в різних галузях сучасної науки та застосовувати їх у професійній діяльності; вміти працювати автономно та в колективі.

ПРН 4. Вміти працювати з інформацією: інтерпретувати, перекладати та реферувати її в усній та письмовій формі.

ПРН 6. Аналізувати російські та українські тексти різних типів; розпізнавати семантично споріднені морфологічні та синтаксичні явища в російській і українській мовах з метою професійних дій при перекладі з обох мов; виконувати переклад з російської мови на українську та з української мови на російську.

ПРН 7. Вміти створювати усні й письмові тексти різних жанрів і стилів; виявляти стилістичні, смислові, композиційні та технічні вади тексту та редагувати його.

ПРН 8. Створення та редагування текстового таргетованого контенту, знання та володіння анотуванням, СЕО-технологіями, копірайтингом, рерайтом тощо.

ПРН 9. Знати методи та інструментальні засоби комп’ютерних технологій пошуку, обробки, подання, зберігання і захисту наукової інформації.

ПРН 10. Вміти користуватися системою Windows, офісними технологіями (MS Office), додатковими пакетами, системами оптичного розпізнавання, програмами статистичної обробки текстів.

ПРН 11. Вміти вичитувати та готувати до друку різні види рукописів, що написані російською та українською мовами; володіти навичками коректорської та редакторської роботи у видавництвах різного напрямку (періодики, художньої, наукової та навчальної літератури).

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Теоретичні засади контентмейкінгу

Тема 1. Медіа в сучасному світі

Трансформаційні процеси в сучасній медіаіндустрії. Основні складники комунікаційного процесу. Нові характеристики сучасної медійності (мультимедіа, кросмедіа, трансмедіа) Загальна характеристика жанрів сучасних медіа. Унікальні та синтетичні форми мережевої комунікації. Ознаки нових медіа (нелінійність, інтерактивність; персоналізація інформації; гнучкість форми, змісту й використання; потоковість споживання контенту, необмеженість у його обсязі, просторі, формі комунікації; можливість редагування й вилучення інформації після її розміщення; оперативність надання й оновлення інформації; практично відсутність цензури й модерації . Класифікація нових медіа.

Тема 2. Контент і його класифікація

Поняття «контент», «створення контенту». Чинники, що визначають спрямованість контенту (оперативність, актуальність, смислова значущість, лексична зрозумілість, логічна організація, тематична спрямованість, достовірність, валідність, посилання на джерела, контекстність, інтерактивність, релевантність, ефективність, глобальна та/чи локальна значущість, умотивованість, постійна створюваність, людиноорієнтованість. Класифікація контенту за принципом творення (користувацький контент, створений організацією), формою подання/способом передачі інформації (візуальний, аудіальний, вербальний, комбінований), характером інформації (комерційний, інформаційний, навчальний, розважальний, іміджевий тощо). Способи і канали просування контенту.

Тема 3. Характеристика інтернет-контенту

Критерії якості контенту інтернет-медіа. Характеристика якісного веб-сайту (зручність навігації, доступність, унікальність і достовірність текстового контенту, релевантність тематичним записам, вдалий дизайн, регулярне оновлення інформації). Базові принципи формування контенту веб-сайту.

Тема 4. Комерційний контент

Етапи життєвого циклу веб-контенту: етап формування контенту, етап управління контентом, етап реалізації контенту. Розробка контент стратегії: аналіз цільової аудиторії, позиціонування товару, формування образу товару, засоби поширення інформації, перевірка ефективності контент стратегії. Критерії якісного комерційного контенту.

Тема 5. Візуальний контент

Поняття «візуальна інформація». Основні види візуалізації: комікси, карикатури, шаржі, меми, карти, чарти, таблиці, інфографіка, фотографії, відео, скетчноутінг (візуальне конспектування). Стилі й техніки комерційної ілюстрації. Відбір персонажів для візуального супроводу. Внутрішня драма продукту. Формат, розмір, кадрування. Сюжетно-важливий композиційний центр. Основи колористики. Колірні рішення для різних сегментів товару. Типографіка. Основи композиції.

Розділ 2. Способи та прийоми створення текстового контенту

Тема 6. Маркетингова інформація в рекламному тексті

Історичний розвиток вербальної комунікації. Класифікація вербального контенту за способом творення. Підходи до написання текстів. Види інформації в тексті (основна, додаткова, товарна). Маркетингова інформація в тексті (назва бренду, унікальна торговельна пропозиція, товарна категорія, цільова аудиторія, формальні характеристики товару, виробник товару). Основні етапи розробки назви/нейму (аналіз наявних імен та їхніх концепцій, визначення ролі назви у формуванні цінності бренду, встановлення фільтрів і критеріїв, яким має відповідати ім’я, генерування концепцій і варіантів назв, аналіз і фільтрація назв, перевірка на патентну чистоту). Основні фактори, які необхідно враховувати при створенні імені бренду (територіальне визначення ринку, сфера застосування, цільова аудиторія, опис товару, життєвий цикл товару). Вимоги до імені бренду. Алгоритм створення нейму. Правила неймінгу. Помилки при створенні імені бренду. Правила створення УТП. Класифікація форм подання УТП. Характеристика додаткової маркетингової інформації.

Тема 7. Основні вербальні складники рекламного тексту

Походження слоганів. Характеристика слогану. Класифікація слоганів. Механізми впливу слогана на споживача. Правила створення слоганів. Критерії якісного слогану. Джерела ідей для слоганів. Заголовок. Види заголовків. Типи заголовків. Рекомендації зі створення ефективного заголовка. Вимоги до графічного оформлення заголовка. Основний рекламний текст. Оцінка товару перед написанням тексту. Класифікації ОРТ. Композиційні моделі ОРТ.

Тема 8. Правила написання текстів

Поняття «копірайтинг». LSI копірайтинг. Принципи створення LSI текстів. Етапи створення копірайтерського тексту (вивчення теми, цільової аудиторії, визначення ключових параметрів цільової групи, встановлення стереотипів потенційних споживачів, створення заголовку). Правила конструювання тексту. Вставлення ключових слів у текст. Саморедагування тексту. Алгоритм дії копірайтерського тексту. Лінгвістичні особливості рекламного/комерційного тексту.

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.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Теоретичні засади контентмейкінгу												
Тема 1. Медіа в сучасному світі	10	2	2			6	7	1				6
Тема 2. Контент і його класифікація	10	4	2			4	11	1				10
Тема 3. Характеристика інтернет-контенту	10	4	4			2	12	1	1			10
Тема 4. Комерційний контент	10	4	4			2	12	1	1			10
Тема 5. Візуальний контент	10	2	2			6	11	1				10
Разом за розділом 1	75	16	24			20	53	5	2			46
Розділ 2. Способи та прийоми створення текстового контенту												
Тема 6. Маркетингова інформація в рекламному тексті	10	4	2			5	12	1	1			10
Тема 7. Основні вербальні складники рекламного тексту	15	4	4			7	12	1	1			10
Тема 8. Правила написання текстів	15	4	6			5	13	1	2			10
Разом за розділом 2	45	12	12			16	37	3	4			30
Усього годин	90	28	26			36	90	8	6			76

4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Медіа в сучасному світі	2	
2	Контент і його класифікація	2	
3	Характеристика інтернет-контенту	4	1
4	Комерційний контент	4	1
5	Візуальний контент	2	
6	Маркетингова інформація в рекламному тексті	2	1
7	Основні вербальні складники рекламного тексту	4	1
8	Правила написання текстів	6	2
	Разом	26	6

5. Завдання для самостійної робота

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		денне	заочне
1	Опанування теоретичного матеріалу з курсу за допомогою підручників та наукової літератури	10	20
2	Самостійний аналіз та редагування рекламних текстів.	10	20
3	Написання рекламних таргетованих текстів	10	20
4.	Складання контент-плану просування самостійно обраного бренду	6	16
	Разом	36	76

6. Індивідуальні завдання

Не передбачені навчальним планом

7. Методи навчання

При викладанні курсу на основі різних засад використовуються такі методи навчання, як словесні, наочні, практичні; підготовка до вивчення нового матеріалу, вивчення нового матеріалу, закріплення, контроль і оцінка; пояснення лектора, самостійна робота; дедуктивно-індуктивні, традуктивні (порівняння і аналогія), аналітичні та синтетичні методи; стимулювання; пояснювально-ілюстративні, проблемного викладу, частково-пошукові.

8. Методи контролю

Рейтингова система оцінки успішності студентів складається з поточного (робота на практичних заняттях, самостійна робота), проміжного (контрольна робота), підсумкового (іспит) контролю, а також з оцінок за додаткові самостійні види робіт.

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання	Екзамен	Сума

Розділ 1	Розділ 2	Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Разом		
Т1-Т5	Т1-Т3	20	60	40	100
20	20				

Критерії оцінювання навчальних досягнень

Проміжний контроль (контрольна робота, передбачена навчальним планом)

Оцінка	Бали	Визначення
відмінно	15–20	виставляється студентам, які показали різнобічні системні знання програмового матеріалу, вміння бездоганно виконувати завдання.
добре	10–14	заслуговують студенти, які показали повні знання програмного матеріалу, успішно виконали завдання, але зробили кілька негрубих помилок, а також допустили декілька неточностей.
задовільно	5–9	виставляється студентам, які показали знання основного навчального матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та майбутньої роботи за обраною професією, виконали завдання, передбачені навчальною програмою дисципліни.
не задовільно	0–4	отримують студенти, які показали прогалини в знаннях основного навчально-програмного матеріалу, зробили принципові помилки в ході виконання завдань або не виконали його.

Критерії оцінювання екзаменаційної роботи

Оцінка	Бали	Визначення
відмінно	35–40	Робота відзначається повнотою і вичерпністю. Студент вільно орієнтується в концептуальному просторі курсу, знає основні засади контентмейкінгу; демонструє професійний рівень мовної компетенції. Імплементацію теоретичних знань до практики доведено до автоматизму.
добре	26–34	Вище середнього рівня з кількома негрубими помилками. Студент володіє теоретичними знаннями, проте практичне їх застосування не є таким, що доведене до автоматизму. Загалом правильна робота з невеликою кількістю помилок. Студент має деякі прогалини в теоретичних знаннях.

задовільно	20–25	Непогано, але зі значною кількістю недоліків. Істотні лакуни в теоретичних знаннях, навички практичної роботи не виходять за межі застосування лише основних теоретичних положень на практиці, є виключно репродуктивними. Виконання задовольняє мінімальні критерії. Мають місце грубі помилки у практичних завданнях.
не задовільно	0–19	Потрібно додатково працювати перед тим, як отримати позитивну оцінку. Теоретичні знання відсутні, студент спроможний виконувати практичні завдання лише на елементарному рівні.

Студент допускається до підсумкового контролю, якщо протягом семестру отримав не менше 20 балів.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	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. Булах Т. Д. Реклама у видавничій справі : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів. Харків. 2011. 224 с.
2. Костюченко І. Копірайтинг в алгоритмах. Київ: ІРІО, 2021. 128 с.
3. Лівін М. Сторітелінг для вух, очей і серця. Київ : Наш формат. 2020. 184 с.
4. Ревуцька. С.К. Методичні рекомендації з вивчення дисципліни «Копірайтинг» / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. українознавства; уклад.С. К. Ревуцька. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2018. 49 с.
5. Трухімович С.В. Реклама. Конспект копірайтера. Львів: ЛА «Піраміда», 2009. 96 с.
6. Шевченко В. Мультимедійний контент. Київ. 2016. 100 с.

Допоміжна література

1. Бутенко Н. Соціальна психологія в рекламі Київ: КНЕУ, 2006. 384 с.
2. Гаврилов С. Всі крапки над Історією. Сторітелінг для сценаристів, письменників та блогерів. Київ : Пабулум. 2019. 296 с.
3. Грабовський Є. Мультимедійні технології : навчальний посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 92 с.

4. Гресько О. Візуальна комунікація як основа масово-інформаційної діяльності XXI століття. *Держава та регіони*. Серія : Соціальні комунікації. 2015. № 1 (21). С. 4-8.
5. Гудима О. Інфографіка : навч. посіб. / упоряд. О. В. Гудима; наук. ред. Р. В. Пазюк. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т. 2017. 107 с.
6. Єжижанська Т. Візуальна комунікація. *Інформація, комунікація, суспільство* : матеріали І Міжнародної наукової конференції ІКС-2012, 25–28 квітня 2012 року, [Львів] / Національний університет «Львівська політехніка». Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 30–31
7. Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с.
8. Муляр В. П. Візуалізація даних та інфографіка. Харків: ФОП Панов А. М. 2020. 200 с.
9. Панєвіна Н. Колір як один з основних засобів художньої виразності на web-сайті. *Вісник ХДАДМ*. 2014. № 4-5. С. 17–20.
10. Печенюк Т. Кольорознавство: підручник для студ. вищих навч. Київ : Грані-Т. 2010. 192 с.
11. Реклама: інтеграція теорії та практики. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 174 с.
12. Санакоєва Н. Психологія реклами. Запоріжжя: ЗНУ, 2019. 100 с.
13. Теорія кольору : текст лекції / В. Шевченко. Київ : Інститут журналістики, 2012. 60 с.
14. Чабаненко М. В. Мультимедійність у інтернет-журналістиці : навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика». Запоріжжя : Просвіта, 2018. 80 с.
15. Швед О. Інфографіка як засіб візуальної комунікації в сучасній журналістиці. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах*: зб. наук. праць. Київ: Університет «Україна», 2014. Вип. 30. С. 305–313.

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

Психофізичний вплив кольору. *Академія кольору* URL: http://www.koloristika.in.ua/t_pvk.php.Лінгвістичний портал «MOVA.info».
CROSS MEDIA. Ресурс. URL: https://www.youtube.com/channel/UCQdFYvtXfWHXI30NnsSd16A/channels
https://euprostir.org.ua/courses/127273
https://sendpulse.ua/ru/blog/copywriting-books