ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ Міністерства освіти і науки,

молоді та спорту України

29 березня 2012 року № 384

**Форма № Н - 3.04**

**Львівський національний університет ім.. Івана Франка** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(повне найменування вищого навчального закладу)

Кафедра (циклова комісія) нових медіа

 “**ЗАТВЕРДЖУЮ**”

Проректор (заступник директора)

 з навчальної роботи

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

“\_\_\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_ року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(шифр і назва навчальної дисципліни)

напрям підготовки\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(шифр і назва напряму підготовки)

спеціальність \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(шифр і назва спеціальності)

спеціалізація\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(назва спеціалізації)

інститут, факультет, відділення\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (назва інституту, факультету, відділення)

0303 журналістика та інформація

6.030301 журналістика

магістр

факультет журналістики

\_\_\_\_\_\_ – 20\_\_\_ рік

Робоча програма **Прикладні соціально-комунікаційні технології** для студентів

(назва навчальної дисципліни)

за напрямом підготовки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, спеціальністю \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. „\_\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_, 20\_\_ року- \_\_ с.

Розробники:(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

**Марушкіна Ірина, доцент, кандидат іст. наук**

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри (предметної комісії)\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Протокол від. “\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ року № \_\_\_

 Завідувач кафедри (циклової, предметної комісії)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

 (підпис) (прізвище та ініціали)

“\_\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ року

Схвалено методичною комісією вищого навчального закладу за напрямом підготовки (спеціальністю)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (шифр, назва)

Протокол від. “\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_ року № \_\_\_

“\_\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ року Голова \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

 (підпис) (прізвище та ініціали)

 ©Марушкіна І.І., 2019

1. **Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Найменування показників  | Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень | Характеристика навчальної дисципліни |
| **денна форма навчання** | **заочна форма навчання** |
| Кількість кредитів – 2 | Галузь знань\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(шифр і назва) | Нормативна(за вибором) |
| Напрям0303 "Журналістика та інформатика"\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(шифр і назва) |
| Модулів –  | Спеціальність (професійнеспрямування):ЖУРНАЛІСТИКА  | **Рік підготовки:** |
| Змістових модулів – 3 | І-й | І-й |
| Індивідуальне науково-дослідне завдання \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (назва) | **Семестр** |
| Загальна кількість годин - 50 | ІІ-й | І-й |
| **Лекції** |
| Тижневих годин для денної форми навчання:аудиторних – 2самостійної роботи студента - 4 | Освітньо-кваліфікаційний рівень: |  22 год. |  год. |
| **Практичні, семінарські** |
|  0 год. | 0 год. |
| **Лабораторні** |
| 0 год. |  0 год. |
| **Самостійна робота** |
| 6 год. | 0 год. |
| **Індивідуальні завдання:** год. |
| Вид контролю: залік |

**Примітка**.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання -

для заочної форми навчання -

1. **Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Мета**

допомогти магістрам оволодіти сучасними методами досягнення соціально-комунікативного ефекту, усвідомити впливи та можливості новітніх технологій в масових комунікаціях.

**Завдання**

- з’ясувати подібності й відмінності творення контенту у традиційних та нових ЗМІ;

- дослідити моделі творення сайтів та їх оптимізації;

- розглянути методи SEO та SМO просування та їх впливи на контент;

- дослідити як сучасні соціально-комутативні технології використовуються в журналістиці, PR, рекламі та маркетингу;

- з’ясувати основні напрямки розвитку соціальних-комунікаційних технологій на сучасному етапі

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:** методику творення контенту для нових медіа, основи створення сайтів, основні засади SEO та SМO оптимізації, основи роботи мультимедійних платформ, підходи до використання сучасних комутативних технологій в журналістиці, PR, рекламі та маркетингу;

**вміти:** писати тексти, оптимізовані для нових медіа, PR, реклами, створити концепцію, технічне завдання та розробити бізнес-план інтернет-видання, вміти самостійно створювати сайт, скласти завдання для SEO та SМO оптимізації, мати навички персонального просування сайту в соціальних мережах, вміти послуговуватися мультимедійними платформами.

1. **Програма навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль 1***.* **Сучасні соціально-комунікаційні технологіїв журналістиці (6 год).**

**Тема 1. Соціально-комунікаційні технологіїв епоху інформаційного суспільства: виклики, моделі розвитку**

1. Сучасні соціально-комунікаційні технології позиціювання суб’єктів соціальної діяльності в суспільстві (зв’язки з громадськістю, реклама, іміджмейкінг, бізнес-комунікації тощо).

2. Управління прикладними соціально-комунікаційними технологіями.

3. Соціальне проектування комунікаційної дійсності, реалізація соціально-технологічних програм.

4. Етичні й правові аспекти в системі прикладних соціально-комунікаційних технологій.

5. Прикладні соціально-комунікаційні технології в управлінні проблемами й кризами.

**Тема 2. Специфіка творення контенту в сучасних прикладних соціально-комунікаційних технологіях.**

 1.Причини трансформації класичних методів написання текстів в інтернет-журналістиці

2.Заголовки: школи написання заголовків, мікроштампи, уточнення.

3.Структура написання текстів.

4. Посилання і гіперпосилання.

5. Філологічні особливості написання текстів.

6. Стиль (дизайн) текстів.

7. Корисні сервери для написання новин.

**Тема 3. Джерела та інформаційні бази як складова творення контекту в сучасних прикладних соціально-комунікаційних технологях**

1. Поняття інформаційного простору та інформаційних потоків.

2. Моніторинг джерел інформації.

3. Бази даних в інтернеті.

4. Пошукові сервери (Google.com, [yandex.ua](http://www.yandex.ua/?ncrnd=4490346079)). та пошук за ключовими словами (google alerts).

5. Інші види пошуку (сервіс Google новини та ін.).

6. Використання RSS та рідерів.

7. Правильне використання джерел в текстах.

**Змістовий модуль ІІ . Проект інтернет-видання: від ідеї до реалізації (10 години)**

**Тема 1. Основні етапи розробку StаrtUр**

1. Збір та аналіз інформації для запуску нового проекту

2. Концепція Інтернет-проекту

3. Технічне завдання проекту

4. Бізнес-план проекту

5. Специфіка роботи редакцій інтернет-видань

**Тема 2. Створення сайту проекту**

1. Структура сайту.

2. Інтернет-платформи

3. Сервіси

4. Мультимедійні платформи

5. Взаємозв’язок з соціальними мережами.

**Тема 3. Завдання і мета SEO оптимізації**

1. Роль і завдання SEO-опримізації.

2. Етапи SEO-опримізації.

3. Аналіз результату SEO-опримізації.

**Тема 4. Особливості SMO оптимізації**

1. Перерозподіл інформаційного потоку, викликаний появою соцмереж.

2. Соцмережі як джерело інформації.

3. Соціальні мережі як спосіб просування новинного інтернет-видання.

4. Способи та етапи просування інформаційного інтернет-ресурсу в соцмережах

**Тема 5. Мультимедійні платформи та їх застосування**

1. Роль та форми візуалізація тексту.

2. Аудіопідкасти. Технічні вимоги і засоби для їх виготовлення.

3. Відео сюжети та вимоги до їх виготовлення і просування.

4. Правила поєднання конвенту з відео- і звуковим рядом.

5. Позитиви і негативи використання соціальних мультимедійних платформ в інтернет-проектах.

**Змістовий модуль ІІІ. Технології досягнення соціально-комутативного ефекту в PR, рекламі та маркетингу (6 години)**

**Тема 1. Використання сучасних прикладних комунікативних технологій в PR**

1. Основні завдання роботи PR-служби

2. Сучасні соціально-комутативні технології, що використовуються в роботі PR-служби

3. Технологічна складова PR-роботи в державних установах

4. Моделі корпоративного PR та новітні технологічні прийоми в їх роботі

технологічні особливості політичного PR

**Тема 2. Використання сучасних прикладних комунікативних технологій в рекламі**

1. Технологічне вдосконалення візуальної складової сучасної реклами

2. Контентна реклама

3. Моделювання реклами та її контроль за її ефективністю

**Тема 3**. **Використання сучасних прикладних комунікативних технологій в маркетингу**

1. Основні завдання маркетингу

2. Сучасні соціально-комутативні технології, що використовуються в роботі маркетингових служб

3. Маркетингові акції та ходи в інтернеті

**4. Структура навчальної дисципліни**

|  |  |
| --- | --- |
| Назви змістових модулів 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 |
| **Модуль 1** |
| **Змістовий модуль 1**. **Сучасні соціально-комунікаційні технологіїв журналістиці** |
| Тема 1.Соціально-комунікаційні технологіїв епоху інформаційного суспільства: виклики, моделі розвитку  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 2. Специфіка творення контенту в сучасних прикладних соціально-комунікативних технологіях. |  | 2 |  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |
| Тема 3. Джерела та інформаційні бази як складова творення контекту в сучасних прикладних соціально-комунікативних технологій |  | 2 |  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |
| Разом за змістовим модулем 1 |  | 6 |  |  |  |  |  | 4 |  |  |  |  |
| **Змістовий модуль 2.** **Проект інтернет-видання: від ідеї до реалізації** |
| Тема 1. Основні етапи розробку StаrtUр |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 2. Створення сайту проекту  |  | 2 |  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |
| Тема 3. Завдання і мета SEO оптимізації |  | 2 |  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |
| Тема 4. Особливості SMO оптимізації |  | 2 |  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |
| Тема 5. Мультимедійні платформи та їх застосування  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Разом за змістовим модулем 2 |  | 10 |  |  |  |  |  | 6 |  |  |  |  |
| **Змістовий модуль 3. Технології досягнення комутативного ефекту в PR, рекламі та маркетингу**  |
| Тема 1. Використання сучасних прикладних комунікативних технологій в PR |  | 2 |  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |
| Тема 2. Використання сучасних прикладних комунікативних технологій в рекламі |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Тема 3. Використання сучасних прикладних комунікативних технологій в маркетингу |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Усього годин**  |  | 6 |  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |
| **Модуль 1** |
| ІНДЗ |  |  | - | - | 2 | - |  |  | - | - | - |  |
| **Модуль 2** |
|  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| **Модуль 3** |
|  |  |  |  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| **Усього годин** |  | 22 |  |  |  |  |  | 12 |  |  |  |  |

**8. Самостійна робота**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Назва теми | Кількістьгодин |
| 1 | Розробка проекту медійного StаrtUр | 2 |
| 2 | Написання технічного завдання для створення та просування сайту  | 2 |
| 3 | Розробка проекту корпоративної медійної кампанії в інтернеті  | 2 |
|  | Разом  | 6 |

**9. Індивідуальні завдання**

**11. Методи контролю**

**12. Розподіл балів, які отримують студенти**

|  |  |
| --- | --- |
| Поточне тестування та самостійна робота | Сума |
| Змістовий модуль №1 | Змістовий модуль №2 | Змістовий модуль № 3 |
| Т1 | Т2 | Т3 | Т1 | Т2 | Т3 | Т4 | Т5 | Т1 | Т2 | Т3 | 100 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**13. Методичне забезпечення**

Пакет комплексних контрольних робіт з навчальної дисципліни «Прикладні соціально-комунікаційні технології»

**14. Рекомендована література**

Крейг Ричард. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. – К.: Вид-чий дім «Києво-Могилянська Академія». 2007

Яснецкая В.Г. Электронные издания. Учебно-методическое пособие. <http://knigi.tr200.net/v.php?id=160935>

Неєлова Н. Энциклопедия поискового продвижения. <http://www.sembook.ru/>

Раскрутка и оптимизация сайта. <http://tutorial.semonitor.ru/>

Продвижение сайтв в SMO. Раскрутка сайта в социальных сетях <http://www.blognk.ru/nestandartnye-sposoby-prodvizheniya-ili-chto-takoe-smo-i-s-chem-ego-edyat/>

**Допоміжна**

Балинський Ігор: Новини в онлайн-виданні – це пекельна робота <http://osvita.mediasapiens.ua/material/6084>

Как добавить Facebook на свой сайт <http://shakin.ru/socialnye-seti/how-to-add-facebook.html>

Как продвигать молодой Сайт <http://seopult.ru/subscribe.html?id=70>*Почепцов Г.* Соціальні комунікації і нові комунікативні технології. Журнал "Комунікація", №1. 2010р., С.19-26.

Мой опыт продвижения в твиттере <http://dimaka.info/index.php/seo/twitter>

Поради від Google щодо просування сайту [http://ratusha.com.ua/porady-seo-google-part-](http://ratusha.com.ua/porady-seo-google-part-1.html) Посібник початківця з оптимізації для пошукової системи Google <http://static.googleusercontent.com/external_content/untrusted_dlcp/www.google.com.ua/uk/ua/intl/uk/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-uk.pdf>[1.html](http://ratusha.com.ua/porady-seo-google-part-1.html)

*Почепцов Г.* Медіа як генератор соціальних смислів [Електронний ресурс] //zgroup.com.ua/article.php?articleid=4659

Раскрутка и оптимизация сайта. <http://tutorial.semonitor.ru/>

Раскрутка сайта. Учебник <http://www.izone.ru/internet/seo/raskrutka-sajta-uchebnik.htm>

Сочтены ли дни RSS? <http://miw.by/1431>

Раскрутка сайта в Facebook <http://www.seobelle.ru/?p=673>

Раскрутка сайта в социальных сетях: Раскрутка в Facebook <http://seoecco.ru/raskrutka-sayta-v-sotsialnyih-setyah-raskrutka-v-facebook/>

Раскрутка веб-сайта через Facebook.  <http://manual.ucoz.net/board/41-1-0-415>

# Раскрутка сайта в Facebook <http://www.masterpro.ws/forum/33-pro-sotsialnye-seti/1150-raskrutka-sajta-v-facebook>

# Створення сайту на WordPress

<http://mybusinessite.ru/prohramy-dlya-stvorennya-sajtiv/stvorennya-sajtu-na-wordpress.html>

Раскрутка в Твиттере (Twitter): как пользоваться Твиттером? <http://webstudio2u.net/ru/web-promotion/430-twitter-promotion.html> Учебник по

Рекомендации по SMO оптимизации <http://smopro.ru/category/blog/rekomendatsii-po-smo-optimizatsii/>

Стратегія [успішного просування в YouTube](http://vidgolos.com/7600-strategiya-uspishnogo-prosuvannya-v-youtube.html) <http://vidgolos.com/7600-strategiya-uspishnogo-prosuvannya-v-youtube.html>

SEO <http://seom.info/seo-book/>

Что такое новые медиа? <http://miw.by/post/200>

Як створити свій сайт самостійно <http://www.taina.com.ua/jak-stvoryty-svij-sajt-samostijno/>

Як оптимізувати сайт<http://how-to-do.org/yak-optymizuvaty-sajt/>

Lviv iCamp 2011. Дмитро Тимчук "Просування сайтів по трафіку" <http://www.youtube.com/watch?v=eZGZhQd4Y-4>

SMO (оптимізація / маркетинг в соціальних мережах) <http://www.semazing.ch/uk/smo-optimierung-marketing-in-sozialen-netzwerken-social-media-optimzation>

**Інформаційні ресурси**

<http://www.redactor.in.ua> – Редакторський портал

<http://thecommunication.libra.in.ua/-> журнал «Комунікація».

<http://journ.univ.kiev.ua/TMK/> - кафедра соціальних комунікацій

[http://commons.com.ua/about-us-ukr#](http://commons.com.ua/about-us-ukr) -комунікація спільнот різних країн через журнал Спільне/Common Журнал Соціальної критики

<http://webstyletalk.net/node/25> Наукова група “Соціальні комунікації в Інтернеті”