

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Навчально-науковий інститут журналістики
Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник директора
з навчально-виховної роботи
Ірина КОРНЄЄВА
« 18 » 08 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

018

Аналітика цифрових медіа і соцмереж
для студентів

галузь знань
спеціальність
освітня програма
освітній рівень
вид дисципліни

06 «Журналістика»
061 «Журналістика»
«Цифрові медіа»
другий, магістр
обов'язкова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2022/2023
Семестр	1
Кількість кредитів ECTS	4
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	залік

Пролонговано: на 2023/2024 н.р. *Корнєєва* (Корнєєва) «31» 08 2023 р.

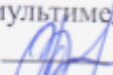
на 2024-2025 н. р. *Шевченко* Шевченко В.Е 26.08. 2024

КИЇВ – 2022

Розробник:

Артем ЗАХАРЧЕНКО, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри мультимедійних технологій і
медіадизайну  (Вікторія ШЕВЧЕНКО)

Протокол № 13 від 3 червня 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту
журналістики

Протокол №1 від 29 серпня 2022 року

Голова науково-методичної комісії  (Анастасія ВОЛОБУЄВА)

29 серпня 2022 року

1. Мета дисципліни – овоєння студентом комплексу теоретичних знань і практичних умінь та навичок з цифрової комерційної медіа-аналітики, включаючи аналіз ефективності комунікації, аналіз інформаційних кампаній та маркетинговий аналіз контенту соцмереж.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

1. Знати: загальну термінологію медіа та PR, український медіа-риннок, поточну суспільно-політичну ситуацію в Україні.
2. Вміти: користуватися Excel, PowerPoint, чітко формулювати думки.

3. Анотація навчальної дисципліни: Навчити студентів навичкам проведення медіа-аналітики, попит на яку постійно зростає з боку прес-служб політичних, комерційних брендів, а також політтехнологів. Навички, отримані під час опанування дисципліни включають в себе можливості бачити комунікаційні тренди, розпізнавати інформаційні кампанії, оцінювати ефективність комунікації. Також студенти отримують знання про структуру інформаційних потоків в українському медіапросторі, принципи вимірювання ефективності медіа-комунікації та методи досліджень, які використовуються під час аналізу контенту цифрових медіа.

4. Завдання (навчальні цілі):

Загальні компетенції відповідно до ОПП, що реалізуються при вивченні дисципліни:

- ЗК-1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК-6. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК-9. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Фахові компетенції відповідно до ОПП, що реалізуються при вивченні дисципліни:

- ФК-2. Здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності чи дослідницькій роботі на межі предметних галузей, враховуючи особливості середовища цифрових медіа, їх аудиторії, технологій виробництва мультимедійного/інтерактивного контенту.
- ФК-4. Здатність проводити дослідницьку або інноваційну діяльність у галузі соціальних комунікацій для планування роботи цифрових медіа та досягнення стратегічних цілей з охоплення широкої аудиторії.

– ФК-8. Здатність до планування подальшого автономного та самостійного навчання у сфері дослідницької або інноваційної діяльності, зважаючи на тренди цифрових медіа та розвиток мультимедійних/інтерактивних технологій.

5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми, методи і технології викладання і навчання	Форми оцінювання	Відсоток у підсумковій оцінці
Код	Результат навчання			
1.1	Знати: - Структуру інформаційних потоків в українському медіапросторі - Принципи вимірювання ефективності медіа-комунікації - Методи досліджень, які використовуються під час аналізу - Методики формування вибірки і одиниць дослідження	Лекції, самостійна робота, консультації	Залік (у формі тесту), 60% правильних відповідей	20%
2.1	Вміти: - Користуватися автоматичними моніторинговими системами.	семінарське заняття, консультація, самостійна робота, проектна робота	виконання практичного завдання	10%
2.2	Вміти: - Складати технічні завдання аналізу на основі запитів клієнта.	семінарське заняття, проектна робота	усна відповідь, виконання практичного кейсу (підготовка , презентація, захист)	10%
2.3	Вміти: - Проводити аналіз інформаційної кампанії.	семінарське заняття, лекція-дискусія, консультація, самостійна	виконання практичного кейсу (підготовка ,	20%

		робота, case-study	презентація, захист)	
3.1	Комунікація - Співпрацювати у дослідному колективі. - Презентувати результати групового дослідження.	семінарське заняття, самостійна робота, мозковий штурм, обмін думками	презентація результатів групового проекту	10%
4.1	Автономність і відповідальність: - На основі реального запиту клієнта створювати технічне завдання, робочий пошуковий запит для моніторингової системи та гіпотези аналізу	самостійна робота, консультації, семінарські заняття, проектна робота	виконання практичного кейсу (підготовка, презентація, захист)	30%
	Разом:			100%

Комунікаційні компетенції студента, яких успішно засвоїв курс, виявляються у здатностях працювати в команді з розумінням функціональних обов'язків, обговоренні доцільності та правильності застосування певних підходів та інструментів.

Автономність та відповідальність студента після вивчення дисципліни виявляється у можливостях самостійної діяльності у фаховій галузі, розумінні принципів роботи.

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання (необов'язково для вибіркових дисциплін які не входять до блоків спеціалізації)

Результати навчання дисципліни (код) Програмні результати навчання (назва)	1.1	2.1	2.2	2.3	3.1	4.1
ПРН-1. Аналізувати та узагальнювати результати досліджень і робити висновки про закономірності функціонування медійного продукту у цифровому середовищі.	•					
ПРН-6. Робити висновки про результативність досліджень у галузі цифрових медіа, враховуючи їх міждисциплінарний характер, мінливість результатів та практичну значущість.						•
ПРН-9. Демонструвати здатність знаходити замовників на проведення дослідження чи розробку інноваційних проектів у сфері цифрових медіа, залучати інвестиції для запуску власних цифрових стартапів.			•	•		

ПРН-11. Оцінювати проблемні питання професійної діяльності, застосовуючи знання з різних предметних галузей, у тому числі, знання з управління проектами, медіадизайну, контент-маркетингу, візуалізації даних.					•	
ПРН-13. Проводити опитування аудиторії в рамках планованого наукового дослідження використовуючи онлайнві інструменти та технології, автоматизовані засоби опрацювання великої кількості даних.		•				
ПРН-17. Робити самоаналіз у вигляді звіту про свою наукову та/або впроваджувальну діяльність у галузі цифрових медіа.						•

7. Схема формування оцінки

7.1 Форми оцінювання студентів:

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема **оцінювання теоретичної підготовки** – результати навчання (**знання 1.1**), що складає 20 % від загальної оцінки й **оцінювання практичної підготовки** – результати навчання (**вміння 2.1.–2.3, 3.1 та автономність та відповідальність 4.1**), що складає 80 % загальної оцінки.

Всі робочі матеріали та завдання, необхідні до виконання, завантажуються у Google-class. Студент має завантажити виконані роботи у терміни, зазначені для кожного завдання. Результати оцінених робіт студент отримує на свій акаунт. Підсумкова оцінка розраховується відповідно до отриманих балів. Якщо студент не здав вчасно завдання, бал знижується.

Семестрове оцінювання:

Семестрову кількість балів формують бали, отримані студентом у процесі засвоєння матеріалу на лекційних та семінарських заняттях та виконання самостійних робіт.

Дисципліна складається з 1 змістового модулю. Протягом семестру оцінюються такі види робіт:

	ЗМ1	
	Min 48	Max 80
Створення складних пошукових запитів для моніторингових систем, що передбачають видачу, релевантну для задачі аналізу (РН2.1)	6	10
Створення технічного завдання для аналізу за запитом клієнта (РН 2.2.)	6	10

Створення презентації з аналізом інформаційної кампанії, яка проводилася в медіа за останній час (PH2.3.)	6	10
Груповий проєкт: створення презентації результатів групового аналізу контенту соцмереж та (або) цифрових медіа (PH3.1. та PH4.1.)	18	30
Самостійна робота	12	20

Перелік самостійних робіт (одне завдання оцінюється в 5 балів):

1. Самостійне проходження онлайн-курсів, тренінгів за темами дисципліни
2. Написання технічного завдання дослідження.
3. Робота із пошуковими системами та системами аналітики.
4. Розробка самостійного проєкту.

Підсумкове оцінювання (у формі заліку):

Максимальна кількість балів які можуть бути отримані студентом – 20 балів по 100-бальній шкалі;

Форма проведення заліку – письмовий тест (PH1.1.).

Умови допуску до заліку:

Для допуску до заліку студент має набрати **критично-розрахунковий мінімум** – 48 балів та здати заплановані роботи. Рекомендований мінімум для допуску до заліку – 50 балів.

Умовою успішності вивчення дисципліни є виконання практичних і самостійних робіт, зазначених у Google-class. У разі відсутності студента на занятті, він самостійно опрацьовує навчальний матеріал і виконує завдання, зазначені у Google-class.

Результати навчальної діяльності студентів визначаються за 100-бальною шкалою.

	Змістовий модуль 1	Залік	Підсумкова оцінка
Мінімум	48	12	60
Максимум	80	20	100

7.2 Організація оцінювання:

Семестрове оцінювання здійснює викладач під час семінарських занять після публічного обговорення результатів роботи студентів або груп. Підсумкове оцінювання здійснюється шляхом написання кожним студентом письмового тесту.

У випадку недопуску студента до заліку через те, що він не набрав необхідного мінімуму балів, він не може бути допущений шляхом складання допускового колоквиуму, адже програма дисципліни передбачає виконання групового проєкту, який не може бути втілено під час колоквиуму.

Критерії оцінювання:

Критерії оцінювання **групового проєкту** (30 балів):

- ступінь розкриття теми (3)
- достовірність даних (5)
- способи візуалізації даних (5)
- технічна складність (5)
- дотримання критеріїв естетичності (2)
- аналітична складова (постановка гіпотези, висновки, пояснення) (10)

Проектна робота:

4 бали – студент в повному обсязі використав теоретичний матеріал для виконання практичного завдання.

3 бали – студент виконав власний проєкт якісно, але не здатен аргументувати.

2 бали – у виконаному завданні є суттєві недоліки, студент не здатен пояснити технологію виконання.

1 бал – студент виконав завдання керуючись інтуїцією.

Самостійна робота (20 балів):

20–16 балів студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вірно застосовує теоретичні і практичні навички, всі завдання аргументовано підписані, студент демонструє самостійність, достовірність, якість виконання завдання, креативність мислення.

15–11 балів – студент у достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, вірно застосовує теоретичні знання, але може не вистачати аргументації в поясненнях, в основному розкриває зміст поставленого завдання, демонструє самостійність виконаного завдання. Допускаються несуттєві неточності.

10–6 балів – студент не в повному обсязі виконав завдання, не демонструє глибини знань, самостійності у вирішенні поставлених завдань, не спирається на необхідну навчальну літературу, робота містить суттєві неточності.

5–0 балів – не в повному обсязі володіє матеріалом, фрагментарно та поверхово його викладає, недостатньо розкриває зміст поставлених завдань. Має суттєві помилки в роботі. Демонструє несамостійність у виконанні завдань.

7.3. Шкала відповідності оцінок

Зараховано / Passed	60–100
Не зараховано / Fail	75–89

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій і семінарських занять

№ п/п	Назва теми	Кількість годин		
		Лекції	Семінарські	Самостійна на робота
Змістовий модуль 1. Основи аналітики цифрових медіа				

1	Медіа-аналітика як частина комунікаційного ринку, структура попиту і пропозиції медіа-аналітичних послуг.	2		
2	Структура інформаційних потоків в українському медіа-просторі	2		
3.	Теоретичні основи вимірювання ефективності комунікації. Контент-аналіз, дискурс-аналіз, нарративний аналіз, аналіз меседжів.	2		
4.	Робота з моніторинговими системами, правила написання запитів	2	4	16
5.	Робота з замовленнями прес-служб та PR-відділів, типи замовлень	2		
6.	Основні одиниці дослідження, вибірка, формулювання технічного завдання для кодування	2	2	16
7.	Аналіз ефективності комунікації	2	4	16
8.	Аналіз інформаційної кампанії	2	4	16
9.	Маркетинговий аналіз контенту соцмереж	2	4	16
10.	Оцінка якості проведеного дослідження	2		
	ВСЬОГО	20	18	80

Загальний обсяг 120 год., в тому числі:

Лекції - **20 год.**

Семінарські - **18 год.**

Самостійна робота – **80 год.**

Консультації – **2 год.**

9. Питання до підсумкового контролю:

1. Особливості контент-аналізу
2. Особливості нарративного аналізу
3. Особливості дискурс-аналізу
4. Особливості аналізу меседжів
5. Структура інформаційного потоку в медіа
6. Вибір теми дослідження
7. Правила складання пошукових запитів
8. Принципи медіалогіки
9. Способи візуалізації даних
10. Правила формування вибірки
11. Одиниці кодування в медіадослідженнях
12. Принципи побудови зведених таблиць
13. Основні одиниці кодування

14. Вимоги до технічного завдання
15. Типи комерційної медіааналітики

10. Рекомендовані джерела:

Основна:

1. Захарченко А.П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». - Тернопіль, «Крок». - 2014. - 198 с.
2. Потятинник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Б. В. Потятинник. – Львів : ПАІС, 2010. – С. 107-110.
3. Чабаненко М. В. Інтернет-ЗМІ як складова система засобів масової інформації України: монографія / М. В. Чабаненко. – Запоріжжя : ЗНУ, 2011. – С. 78-97, 100-120.
4. Zakharchenko A. PR-Message Analysis as a New Method for the Quantitative and Qualitative Communication Campaign Study. Information & Media. 2022. Vol. 93. P. 42–61. URL: <https://doi.org/10.15388/im.2022.93.60>

Додаткова:

5. Конвергентна журналістика // Написання і кореспонденція у новітніх медіа / Колодзі Дж. – ВБ: Оксфорд, 2006.
6. Кузнецова О. Професійна етика журналістів / О. Кузнецова. – ПАІС, 2007. – 246 с.
7. Іванов В. Журналістська етика: підручник / В. Іванов, В. Сердюк. – К.: Вища шк., 2006. – 231 с.
8. Рендол Д. Універсальний журналіст: Посіб. для студ. Ін-ту журналістики. – К.: ТОВ«Київська типографія», 2006. – 152 с.
9. Дем'янова А. Редакторське опрацювання заголовків інтернет-новин [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzizh/2010_41/Demyanov.pdf
10. Дікінсон Е. Віртуальна етика в епоху Wikileaks [Електронний ресурс] / Е. Дікінсон // AndyDickinson.net; пер. «Медіаграмотність». – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/2226>