

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ
з навчальної дисципліни
«DIGITAL-KOMYHKAЦІЇ»**

Укладач: Максим ДЕМЧЕНКО

Міністерство освіти і науки України
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

**Методичні вказівки для самостійної роботи студентів
з навчальної дисципліни «Digital-комунікації»**

Дніпро — 2023 р.

УДК 070:[316.77:004.774](072)
М 54

Друкується за рішенням вченої ради
факультету систем і засобів масової комунікації
Протокол № 9 від 25.05.2023 р.

М54 Методичні вказівки для самостійної роботи студентів з навчальної дисципліни «Digital-комунікації» / уклад.: М.В. Демченко — Дніпро : ПП Вахмістров О.Є., 2023. 12 с.

Вказівки є навчально-методичним виданням, що містить методику виконання завдань зі самостійної роботи здобувачів вищої освіти спеціальності 061 Журналістика та 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа усіх форм навчання з навчальної дисципліни «Digital-комунікації».

УДК 070:[316.77:004.774](072)

ВСТУП

Метою навчальної дисципліни «**Digital-комунікації**» є надання здобувачам вищої освіти чіткого уявлення про сучасні digital-технології, про те як вони використовуються у рекламній комунікації, дати уявлення про контент-маркетинг та нові засоби і форми рекламно-маркетингової комунікації, нові вимоги до реалізації промоушн-програми та оцінки її ефективності.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні

знати: сучасні технології та форми у рекламно-маркетингової комунікації, розуміти, як їх використовувати та при яких обставинах чи в яких випадках їх застосовувати. Знати, за якими принципами підбираються рекламні засоби, зокрема носії реклами, як працюють нетипові форми рекламних комунікацій, як створювати та поширювати контент, відповідний обраної цільової аудиторії;

вміти: ставити завдання, та визначати цілі рекламної кампанії та програми, визначати суттєві характеристики та ознаки об'єкту реклами, визначати цільову аудиторію та її сутність, здійснювати вибір рекламно-комунікаційних засобів та заходів, у тому числі тих, що використовують сучасні диджитальні технології, розроблювати рекламні кампанії, оперуючи сучасними засобами та технологіями, створювати та обирати дієвий контент.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ:

Тема 1. Поняття контент-маркетинг та його різновиди у цифрових каналах комунікації

Тема 2. Різновиди та форми контенту

Тема 3. Створення контенту – загальні рекомендації та методи

Тема 4. Особливості створення та використання основних різновидів контенту у диджитальних каналах комунікації

**ЗМІСТ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
СТУДЕНТІВ ДЕННОЇ, ЗАОЧНОЇ, ДИСТАНЦІЙНОЇ
ФОРМ НАВЧАННЯ**

Зміст самостійної роботи	Форма контролю
До теми 1: Поняття контент-маркетинг та його різновиди у цифрових каналах комунікації	
Контент-маркетинг: зміст та значення у маркетинговій комунікації	Письмова доповідь
До теми 2: Різновиди та форми контенту	
Контент-програма українського бренду з сучасної практики	Письмова доповідь
До теми 3: Створення контенту – загальні рекомендації та методи	
«Біла книга» - описати та проаналізувати цей різновид контенту на обраному прикладі	Письмова доповідь
До теми 4: Особливості створення та використання основних різновидів контенту у диджитальних каналах комунікації	
Вебінар. Підготовка план-схеми власного вебінару на обрану тему	Письмова доповідь

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ ЗАВДАНЬ

Тема 1. Поняття контент-маркетинг та його різновиди у цифрових каналах комунікації

Завдання 1. Письмова доповідь на тему: «Контент-маркетинг: зміст та значення у маркетинговій комунікації».

Вимоги:

- обсяг — до 5 сторінок;
- унікальність — доповідь має бути створена відповідно до вимог, викладених у «Положенні про запобігання та виявлення фактів порушення академічної доброчесності у ДНУ» та «Кодексі академічної доброчесності Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара» (див. офіційний вебсайт Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара <https://www.dnu.dp.ua/>);
- мінімальна кількість використаних джерел — 3;
- формат здачі: доповідь подається у doc чи pdf форматі із зазначенням авторства, правильно оформленими цитатами (див. ДСТУ 8302:2015 «Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання») та списком використаних джерел.

Перелік рекомендованої літератури:

1. Бондаренко Я. І., Геселева Н. В. Контент-маркетинг : thesis. 2016.
2. Demchenko M. Маркетингова комунікація в пострекламну епоху та українська практика. Communications and communicative technologies. 2021. № 21. С. 23–32.
3. Kingsnorth S. Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing. Kogan Page, Limited, 2022.
4. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К : Вид. група КМ-БУКС, 2019. 224 с.
5. Маккі Р. Сторіноміка: маркетинг у пострекламну епоху. Х. : Віват, 2019. 240 с.

Тема 2. Різновиди та форми контенту

Завдання 1. Письмова доповідь на тему: «Контент-програма українського бренду з сучасної практики»

Вимоги:

- обсяг — до 5 аркушів;
- унікальність — доповідь має бути створена відповідно до вимог, викладених у «Положенні про запобігання та виявлення фактів порушення академічної доброчесності у ДНУ» та «Кодексі академічної доброчесності Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара» (див. офіційний вебсайт Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара <https://www.dnu.dp.ua/>);
- мінімальна кількість використаних джерел — 3;
- формат здачі: доповідь подається у doc чи pdf форматі із зазначенням авторства, правильно оформленими цитатами (див. ДСТУ 8302:2015 «Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання») та списком використаних джерел.

Перелік рекомендованої літератури:

1. Бондаренко Я. І., Геселева Н. В. Контент-маркетинг : thesis. 2016.
2. Demchenko M. Маркетингова комунікація в пострекламну епоху та українська практика. Communications and communicative technologies. 2021. № 21. С. 23–32.
3. Kingsnorth S. Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing. Kogan Page, Limited, 2022.
4. Press W. C. M. B. Don't panic! I'm a professional web content manager : customized 100 page lined notebook journal gift for a busy web content manager: far better than a throw away greeting card. Independently Published, 2020. 102 p.
5. Шафорост Ю. В. Контент-маркетинг: моушн, фото та графічний дизайн : master's thesis. 2020.

Тема 3. Створення контенту – загальні рекомендації та методи

Завдання 1. Письмова доповідь на тему: ««Біла книга» - описати та проаналізувати цей різновид контенту на обраному прикладі»

Вимоги:

- обсяг — до 5 аркушів;
- унікальність — доповідь має бути створена відповідно до вимог, викладених у «Положенні про запобігання та виявлення фактів порушення академічної доброчесності у ДНУ» та «Кодексі академічної доброчесності Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара» (див. офіційний вебсайт Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара <https://www.dnu.dp.ua/>);
- мінімальна кількість використаних джерел — 3;
- формат здачі: доповідь подається у doc чи pdf форматі із зазначенням авторства, правильно оформленими цитатами (див. ДСТУ 8302:2015 «Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання») та списком використаних джерел.

Перелік рекомендованої літератури:

1. Водолазька С. А. Електронна книга як різновид інноваційної технології у видавничій галузі країн Східної і Західної Європи. Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 50, січ. - берез. С. 94–97.
2. Гелліген Б., Шах Д. Вхідний маркетинг. Приваблюйте, залучайте і радуйте клієнтів онлайн. Х: Вид-во «Ранок» : Фабула. 2020. 240 с.
3. McKee R. Story: style, structure, substance, and the principles of screenwriting. HarperCollins Publishers, 2010.
4. Слободянюк Э. П. Клад копирайтера. Х: Фолио. 2017. 220 с.
5. Стопп Вілл. Наука сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших. К.: Наш Формат. 2022. 224 с.

Тема 4. Особливості створення та використання основних різновидів контенту у диджитальних каналах комунікації

Завдання 1. Письмова доповідь на тем: «Вебінар. Підготовка плин-схеми власного вебінару на обрану тему»

Вимоги:

- обсяг — до 5 аркушів;
- унікальність — доповідь має бути створена відповідно до вимог, викладених у «Положенні про запобігання та виявлення фактів порушення академічної доброчесності у ДНУ» та «Кодексі академічної доброчесності Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара» (див. офіційний вебсайт Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара <https://www.dnu.dp.ua/>);
- мінімальна кількість використаних джерел — 3;
- формат здачі: доповідь подається у doc чи pdf форматі із зазначенням авторства, правильно оформленими цитатами (див. ДСТУ 8302:2015 «Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання») та списком використаних джерел.

Перелік рекомендованої літератури:

1. Бондаренко Я. І., Геселева Н. В. Контент-маркетинг : thesis. 2016.
2. Вебінар як складова дистанційної освіти : thesis / В. В. Свяцький та ін. 2015.
3. Н.м. М. Webinars in self-education and the development of information competence of social science industry teachers. Pedagogical sciences. 2019. No. 87. P. 193–197.
4. Press W. С. М. В. Don't panic! I'm a professional web content manager : customized 100 page lined notebook journal gift for a busy web content manager: far better than a throw away greeting card. Independently Published, 2020. 102 p.
5. Слободянюк Э. П. Клад копирайтера. Х: Фолио. 2017. 220 с.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

Основна: (Базова)

1. Бергер Й. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу. К : Наш формат, 2016. 200 с.
2. Гелліген Б., Шах Д. Вхідний маркетинг. Приваблюйте, залучайте і радуйте клієнтів онлайн. Х: Вид-во «Ранок» : Фабула. 2020. 240 с.
3. Еяль Н. На гачку. Як створити продукт, що чіпляє. К : Наш Формат, 2022. 192 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К : Вид. група КМ-БУКС, 2019. 224 с.
5. Kingsnorth S. Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing. Kogan Page, Limited, 2022.

Додаткова:

1. Андрей Длигач про війну брендів за формування культур. *TradeMasterGroup*.
URL: https://trademaster.ua/marketing_i_prodazhi/312826?utm (дата звернення: 13.05.2023).
2. Шваб К. Четверта промислова революція. Формуючи четверту промислову революцію. Х : Клуб Сімейн. Дозвілля. 2019. 416 с.
3. Kennedy D. S., Phillips K. W. No B.S. guide to direct response social media marketing. Entrepreneur Press, 2020. 262 p.

Укладач: Максим Володимирович ДЕМЧЕНКО

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ
з навчальної дисципліни
«DIGITAL-КОМУНІКАЦІЇ»**

Підписано до друку 23.05.2023 р. Формат 210x48. Папір
офсетний. Друк цифровий.
Гарнітура Times. Ум. друк. арк. 0,7.
Тираж 50 прим. Зам. № 30051

Видавництво ПП Вахмістров О.Є.
Адреса видавництва та друкарні: 49000,
Дніпро, вул. Писаржевського, буд. 18
тел. +380633598309
ел. адреса: 8102@ukr.net

