

**ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

КАФЕДРА ПРИКЛАДНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

Контент маркетинг у сфері ІТ

СИЛАБУС

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)	
Галузь знань	03 Гуманітарні науки	
Спеціальність	035 Філологія	
Освітньо-професійна програма	Прикладна лінгвістика. комп'ютерна лінгвістика	Переклад і
Форма навчання	Денна, заочна	
Курс	I (денна, заочна)	
Семестр	I (денна, заочна)	

Луцьк 2021

Силабус навчальної дисципліни «Контент маркетинг у сфері ІТ» підготовки магістра, галузі знань 03 Гуманітарні науки, спеціальності 035 Філологія, за освітньою програмою «Прикладна лінгвістика. Переклад і комп'ютерна лінгвістика».

Розробник: Левандовський Віктор Сергійович, асистент.

Силабус навчальної дисципліни затверджено на засіданні кафедри прикладної лінгвістики

протокол № 1 від 31. 08. 2021 р.

Завідувач кафедри:  Біскуб І.П.

©Біскуб, І.П., 2021р
©Левандовський, В.С., 2021р.

I. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1 (денна форма)

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Денна форма навчання	03 Гуманітарні науки 035 Філологія Прикладна лінгвістика. Переклад і комп'ютерна лінгвістика Магістр	Нормативна
Кількість годин/кредитів 120 год. / 4 кредити		Рік навчання 1
		Семестр 1
		Лекції 6 год./Практичні 16 год.
		Консультації 8 год.
ІНДЗ: <u>немає</u>		Самостійна робота 90 год.
	Форма контролю: екзамен	
Мова навчання		Англійська

Таблиця 1а (заочна форма)

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Заочна форма навчання	03 Гуманітарні науки 035 Філологія Прикладна лінгвістика. Переклад і комп'ютерна лінгвістика Магістр	Нормативна
Кількість годин/кредитів 120 год. / 4 кредити		Рік навчання 1
		Семестр 1
		Лекції 4 год. /Практичні 6 год.
		Консультації 16 год.
ІНДЗ: <u>немає</u>		Самостійна робота 94 год.
		Форма контролю: екзамен
Мова навчання		Англійська

II. Інформація про викладача

Прізвище, ім'я та по батькові	Левандовський Віктор Сергійович
Науковий ступінь	
Вчене звання	
Посада	Секретар Наглядової ради ВНУ ім. Лесі Українки, асистент, директор ІТ компанії ІнтернетДевелс.
Контактна інформація	м.т. +380506346156
Дні занять	Очні консультації: в день проведення лекцій (за попередньою домовленістю). Усі запитання можна надсилати на електронну скриньку, зазначену в силабусі.

III. Опис дисципліни

1. **Анотація курсу.** Навчальна дисципліна «Контент маркетинг у сфері ІТ» призначена для студентів 1 року денної та заочної форм навчання освітньо-професійної програми «Прикладна лінгвістика. Переклад і комп'ютерна лінгвістика» другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету іноземної філології. Вивчення дисципліни передбачає ознайомлення студентів з основними принципами генерування та розповсюдження якісного англomовного контенту у сфері інформаційних технологій. У межах вивчення курсу буде запропонований огляд базових маркетингових прийомів для створення інформаційного наповнення інтернет ресурсів задля досягнення комерційних цілей. Вивчення курсу передбачає систематизацію набутих знань стосовно нових інформаційних технологій, веб-дизайну, прикладної та політичної лінгвістики, комунікативної лінгвістики та скерування зусиль на розробку та просування якісного англomовного контенту.

2. **Пререквізити.** Підґрунтям для викладання курсу «Контент маркетинг у сфері ІТ» є високий рівень володіння англійською мовою, ґрунтовні знання у галузі інформаційних технологій, веб-дизайну, штучного інтелекту, прикладної та політичної лінгвістики.

Постреквізити: «Бізнес-курс основної іноземної мови» (термінологія контент-маркетингу, типи маркетингових досліджень), практика навчальна в сфері ІТ (ознайомлення з професією контент-маркетолога, робота в ІТ компанії).

3. Мета і завдання навчальної дисципліни. Мета викладання дисципліни «Контент маркетинг у сфері ІТ» - надання студентам теоретичних і практичних знань щодо генерування та просування якісного англomовного контенту у сфері інформаційних технологій та в інших галузях.

Основні завдання:

1. ознайомити студентів із принципами створення позитивного іміджу компаній;
2. запропонувати огляд нових товарів та послуг у сфері інформаційних технологій та способів їх просування на ринку за допомогою якісного англomовного контенту;
3. систематизувати знання щодо маркетингових технологій збільшення продажів та застосування мовного та мультимедійного контенту для досягнення цієї мети;
4. запропонувати базові принципи роботи із цифровим контентом у сфері ІТ.

Методи навчання. Під час викладання курсу «Контент-маркетинг в сфері ІТ» використовуються такі методи навчання:

Традиційні:

- *Відповіді на запитання і опитування думок студентів.*
- *Аналіз історій і ситуацій;*
- *Дискусії, дебати, полеміки;*
- *Відпрацювання навичок. робота в групах.*

Інноваційні:

- *Моделювання професійної діяльності* – при виконанні реальних завдань маркетингологів на практичних заняттях;
- *Метод кейсів* – при організації групового вивчення прикладів успішних маркетингових стратегій, що привели до успіху відомі у світі корпорації, виявлення ключових чинників маркетингового успіху;
- *Ігрове перевтілення* - використання різних моделей поведінки під час розробки та презентації різних видів контенту.

5. Результати навчання (компетентності). По завершенні вивчення даного курсу студенти оволодіють такими компетентностями:

Загальні компетентності:

ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК 3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 4. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК 5. Здатність учитися й оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 6. Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 7. Уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК 8. Здатність працювати в команді та автономно.

ЗК 9. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 10. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 11. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 12. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Фахові компетентності:

ФК 2. Здатність використовувати в професійній діяльності знання про мову як особливу знакову систему, її природу, функції, рівні.

ФК 4. Здатність аналізувати діалектні та соціальні різновиди мов(и), що вивчаються(ється), описувати соціолінгвальну ситуацію.

ФК 6. Здатність вільно, гнучко й ефективно використовувати мову(и), що вивчається(ються), в усній та письмовій формі, у різних жанрово-стильових різновидах і регістрах спілкування (офіційному, неофіційному, нейтральному), для розв'язання комунікативних завдань у різних сферах життя.

ФК 7. Здатність до збирання й аналізу, систематизації та інтерпретації мовних, літературних, фольклорних фактів, інтерпретації та перекладу тексту (залежно від обраної спеціалізації).

ФК 9. Усвідомлення засад і технологій створення текстів різних жанрів і стилів державною та іноземною (іноземними) мовами.

ФК. 12. Здатність до організації ділової комунікації.

Очікувані **програмні результати навчання**. Після опанування курсу студенти зможуть:

ПРН 1. Вільно спілкуватися з професійних питань із фахівцями та нефахівцями державною та іноземною(ими) мовами усно й письмово, використовувати їх для організації ефективної міжкультурної комунікації.

ПРН 2. Ефективно працювати з інформацією: добирати необхідну інформацію з різних джерел, зокрема з фахової літератури та електронних баз, критично аналізувати й інтерпретувати її, впорядковувати, класифікувати й систематизувати.

ПРН 3. Організовувати процес свого навчання й самоосвіти.

ПРН 4. Розуміти фундаментальні принципи буття людини, природи, суспільства. 5. Співпрацювати з колегами, представниками інших культур та релігій, прибічниками різних політичних поглядів тощо.

ПРН 6. Використовувати інформаційні й комунікаційні технології для вирішення складних спеціалізованих задач і проблем професійної діяльності.

ПРН 9. Характеризувати діалектні та соціальні різновиди мов(и), що вивчаються(ється), описувати соціолінгвальну ситуацію.

ПРН 10. Знати норми літературної мови та вміти їх застосовувати у практичній діяльності.

ПРН 11. Знати принципи, технології і прийоми створення усних і письмових текстів різних жанрів і стилів державною та іноземною (іноземними) мовами.

ПРН 14. Використовувати мову(и), що вивчається(ються), в усній та письмовій формі, у різних жанрово-стильових різновидах і регістрах спілкування (офіційному, неофіційному, нейтральному), для розв'язання комунікативних завдань у побутовій, суспільній, навчальній, професійній, науковій сферах життя.

ПРН 15. Здійснювати лінгвістичний, літературознавчий та спеціальний філологічний аналіз текстів різних стилів і жанрів.

ПРН 17. Збирати, аналізувати, систематизувати й інтерпретувати факти мови й мовлення й використовувати їх для розв'язання складних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання.

ПРН 18. Мати навички управління комплексними діями або проектами при розв'язанні складних проблем у професійній діяльності в галузі обраної філологічної спеціалізації та нести відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах.

5. Структура навчальної дисципліни

Таблиця 2 (Денна форма)

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Інд.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю / Бали
Змістовий модуль 1.							
Тема 1. Inbound Marketing		1	2		15	1	5
Тема 2. Developing a Conversational Growth Strategy		1	2		15	1	5
Тема 3. Content Marketing Boosters		1	2		15	1	5
Тема 4. Generating Ideas for Meaningful Content Creation		1	2		15	1	5
Тема 5. Developing a Social Media Strategy		1	4		15	2	10
Тема 6. Introduction to Social Media Advertising		1	4		15	2	10
Разом за модулем 1		6	16		90	8	40
Види підсумкових робіт							Бал
Модульна контрольна робота							Т / 60
Усього годин / Балів	120	6	16		90	8	100

Таблиця 2а (Заочна форма)

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Інд.	Сам. роб.	Конс.	Форма контролю / Бали
Змістовий модуль 1.							
Тема 1. Inbound Marketing		1	1		15	2	5
Тема 2. Developing a Conversational Growth Strategy		1	1		15	2	5
Тема 3. Content Marketing Boosters		0,5	1		15	2	5
Тема 4. Generating Ideas for Meaningful Content Creation		0,5	1		15	2	5
Тема 5. Developing a Social Media Strategy		0,5	1		17	4	10
Тема 6. Introduction to Social Media Advertising		0,5	1		17	4	10
Разом за модулем 1		4	6		94	16	40
Види підсумкових робіт							Бал
Модульна контрольна робота							Т / 60
Усього годин / Балів	120	4	6		94	16	100

6. Завдання для самостійного опрацювання

Таблиця 3

Тема	Кількість годин		Питання для самостійного опрацювання
	денна форма	заочна форма	
Тема 1. Inbound Marketing	15	15	Тема 1. The history of Digital Storytelling
Тема 2. Developing a Conversational Growth Strategy	15	15	Тема 2. Types of Growth Strategies
Тема 3. Content Marketing Boosters	15	15	Тема 3. Content Marketing in Social Media
Тема 4. Generating Ideas for Meaningful Content Creation	15	15	Тема 4. Stories of Success in Content Marketing
Тема 5. Developing a Social Media Strategy	15	17	Тема 5. Strategies of Branding and Naming
Тема 6. Introduction to Social Media Advertising	15	17	Тема 6. Preconditions of Sales Increase
Разом	90	94	

IV. Політика оцінювання

Політика викладача щодо студентів. При вивченні навчальної дисципліни «Основи прикладної лінгвістики» студент виконує завдання згідно з навчальним планом та у відповідності до програми силабусу, що включають відвідування лекцій, опрацювання інформаційних джерел та літератури, підготовку до практичних занять (аналіз теоретичних відомостей, опрацювання конспекту лекції, володіння термінологічним словником дисципліни, підготовку відповідей згідно плану практичних занять, доповнення та коментарі відповідей інших студентів, підготовку презентацій). Для оцінювання знань студента використовують поточний та підсумковий контроль. Поточним контролем передбачені відповіді на практичних заняттях, що має на меті перевірку рівня знань, присутність на лекціях, роботу в малих групах, наявність конспекту та виконання науково-дослідних пошукових (самостійних) завдань. Кількість балів, які студент може отримати за кожне практичне заняття, зазначена у Таблиці 3 та 4.

Максимальна кількість балів, яку може набрати студент за усі змістові модулі (ЗМ) протягом кожного семестру, становить 40 балів.

Здобувачам освіти можуть бути зараховані **результати навчання, отримані у формальній, неформальній та/або інформальній освіті** (професійні (фахові) курси/тренінги, громадянська освіта, онлайн-освіта,

стажування). Процес зарахування регулюється Положенням про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті ВНУ імені Лесі Українки і рішенням науково-методичної комісії факультету від 03.02.2022 року, протокол № 7.

Студенти, які є членами наукових проблемних груп, авторами статей і тез, доповідачами на наукових конференціях, переможцями та активними учасниками фахових студентських олімпіад, мають право протягом семестру за кожен виконаний вид діяльності одноразово отримати додаткові бали до відповідного ОК, якщо здійснена активність здобувачів відповідає профілю курсу. У цьому випадку студент інформує викладача/ів про свої здобутки. Викладач має право самостійно визначити валідність, заявлених студентом отриманих результатів та приймає рішення щодо зарахування або незарахування таких балів:

- 3 бали – за результативну роботу у студентській проблемній групі (систематичне відвідування, обговорення), публікацію тез (підготовку матеріалів конференції) або виступ/и на конференції/ях без публікації/й, участь у I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади;
- 5 балів – за публікацію статті/ей у збірнику студентських наукових праць, перемога у I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади;
- 10 балів – за публікацію статті (статтей) у збірнику наукових праць, що входить до категорії Б, або призове місце на II етапі Всеукраїнської студентської олімпіади;
- 15 балів – за перше місце на I етапі Всеукраїнської студентської олімпіади.

За умови представлення здобувачами освіти документів (сертифікатів, свідоцтв тощо), що засвідчують отримані результати та відповідають тематиці, обсягу та результатам навчання, які співпадають з ПРН ОК, здобувачі мають право одноразово отримати додаткові бали до семестрового оцінювання однієї дисципліни:

- 10 балів при представленні документа із зазначенням прізвища та імені здобувача, мінімальною тривалістю 3 тижні/обсягом один кредит (30 годин); або який складається мінімум з трьох модулів і завершується тестом/тестами із зазначенням набраних балів не нижче 80% правильних відповідей.
- 5 балів при представленні документа із зазначенням прізвища та імені здобувача, мінімальною тривалістю 3 тижні/обсягом один кредит (30 годин); складається мінімум з трьох модулів і завершується тестом/тестами із зазначенням набраних балів не менше набраних 60% правильних відповідей.

– 1 бал при представленні документа із зазначенням прізвища та імені здобувача, без складання тесту, тривалістю від 1 до 3 годин. Одному здобувачеві може бути зараховано не більше як три таких сертифікати, сумарною кількістю – три бали під час оцінювання однієї ОК.

Підтвердження подається здобувачем освіти викладачеві курсу не пізніше ніж за 10 днів до дати останнього заняття з дисципліни. При цьому студент у встановлені терміни подає заяву на ім'я проректора та долучає усі необхідні документи до розгляду. Матеріали розглядаються на засіданні Предметної комісії, створеної розпорядженням декана факультету відповідно до схвальної резолюції проректора з навчальної роботи та рекрутації з урахуванням Положення про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті ВНУ імені Лесі Українки.

Учасник освітнього процесу має дотримуватися навчальної етики, толерантно ставитися до всіх учасників процесу навчання, дотримуватися часових меж та лімітів навчального процесу.

У разі відсутності з поважної причини на лекційному занятті студент представляє конспект теми, яку вивчали на пропущеному занятті. За відсутності на практичному занятті знання студента оцінюють за результатами усного опитування по темі, що, зокрема, визначає рівень володіння тематичними термінами та ключовими поняттями. Доскладання тем, під час вивчення яких студент був відсутній на заняттях, повинно відбутися до написання відповідної модульної контрольної роботи (тесту).

Якщо студент хоче покращити підсумковий бал за аудиторну роботу, пропонується підготовка та захист презентації на одну із запропонованих тем (на вибір), або написання тез. У разі відсутності студента на занятті з поважної причини студент має право написати тест, контрольну роботу чи есе в позаурочний час, а також підготувати презентацію за темою, що вивчалася на занятті.

Політика щодо академічної доброчесності. Учасники освітнього процесу повинні керуватися правилами, визначеними законом, дотримуватися вимог щодо проходження виробничої перекладацької практики, професійної етики та академічної доброчесності. Студенти-практиканти повинні дотримуватися часових меж та лімітів навчального процесу, толерантно ставитися до професорсько-викладацького складу та інших здобувачів освіти.

Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає:

- самостійне виконання завдань поточного та підсумкового контролю (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);

- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;

- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;

- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Із загальними засадами, цінностями, принципами та правилами етичної поведінки учасників освітнього процесу, якими вони повинні керуватися у своїй діяльності, можна ознайомитися у [Кодексі академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки.](#)

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Студент допускається до складання заліку з перекладацької практики за умови виконання індивідуального плану практики в повному обсязі. Після закінчення виробничої перекладацької практики керівник практики від університету ретельно перевіряє звіт про практику, аналізує якість виконання завдань й оформлення звітної документації та дає загальну оцінку проведеної роботи в рецензії і вирішує питання про допуск студента до захисту звіту перед комісією. Остаточні підсумки підводяться на публічному захисті практики, який проводить комісія, склад якої затверджений засіданням кафедри прикладної лінгвістики.

У разі отримання незадовільної оцінки під час складання заліку студенту надається можливість повторного складання заліку в терміни, визначені розкладом залікової сесії, за умови доопрацювання звіту й індивідуального завдання.

V. Підсумковий контроль

При вивченні курсу «Контент-маркетинг у сфері ІТ» передбачаються такі види контролю: поточний та підсумковий.

Поточний контроль здійснюється у вигляді усної відповіді на контрольні запитання під час практичних занять. Також поточний контроль застосовується стосовно виконання самостійної роботи у вигляді усної або письмової відповіді на контрольні запитання з теми даної на самостійне опрацювання. За поточну роботу протягом семестру студент може набрати максимум 40 балів (розподіл балів на кожне практичне занятті наведений у таблиці).

Підсумковий контроль здійснюється у формі написання тесту на 60 балів

(20 запитань по 3 бали кожне).

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах за всівидинавчальної діяльності	Оцінка
90 – 100	Відмінно
82 – 89	Дуже добре
75 - 81	Добре
67 -74	Задовільно
60 - 66	Достатньо
1 – 59	Незадовільно

VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

1. Adaso, H. Content Mapping: Unlocking the Power of Content to Increase Engagement, Leads and Sales. Independently published , 2020. 113 p.
2. Bly, R.W. The Copywriter's Handbook: A Step-by-Step Guide to Writing Copy That Sells. Holt Paperbacks, 2006. 432 p.
3. Collins, J. Content Marketing Boosters: How to Use Content Marketing, Podcasting, Social Media, AI, Live Video, and Newsjacking to Reach Buyers Directly. Independently published, 2021. 24 p.
4. Lieb, R. Content - The Atomic Particle of Marketing: The Definitive Guide to Content Marketing Strategy. Kogan Page, 2021. 240 p.
5. Lucking, P., Lucking Ch. Content Branding Solutions for Entrepreneurs: Strategic Content Marketing. Content Branding Solutions, 2021. 685 p.
6. Sethi, K.S. Digital Storytelling: The Rise of User-Generated Content. New Degree Press, 2021. 118 p.
7. Schwartz, E. Product-Led SEO: The Why Behind Building Your Organic Growth Strategy. Houndstooth Press. 264 p.
8. Content Marketing. URL: <https://app.hubspot.com/academy/2067334/tracks/15/557/2844>
9. Inbound Marketing. URL: <https://academy.hubspot.com/courses/inbound-marketing?library=true>
10. Social Media. URL: <https://academy.hubspot.com/courses/social-media?library=true>