

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету інформаційних технологій

Тетяна ГОВОРУЩЕНКО

2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Системи управління контентом вебсервісів

Назва дисципліни

Призначення Робочої програми

Для освітніх програм різних спеціальностей
Перший (бакалаврський)

Рівень вищої освіти

Мова навчання

Українська

Обсяг дисципліни, кредитів ЕКТС

8

Статус дисципліни

Вибіркова

Факультет

Інформаційних технологій

Кафедра

Комп'ютерної інженерії та інформаційних систем

Форма здобуття освіти	Обсяг дисципліни		Кількість годин						Форма семестрового контролю
			Аудиторні заняття					Самостійна робота (в т.ч. ІРС)	Залік
	Кредити ЄКТС	Години	Разом	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття	Семінарські заняття		
Д	8	240	96	32	32	32		144	+

Робоча програма складена на основі освітніх програм підготовки бакалавра та стандарту вищої освіти спеціальності.

Робоча програма складена

Підпис автор(ів)

д.т.н., професор Єлизавета ГНАТЧУК

Науковий ступінь, вчене звання, ім'я, ПРІЗВИЩЕ автор(ів)

Схвалена на засіданні кафедри

Комп'ютерної інженерії та інформаційних систем

Протокол від 18.08 2025 № 1

Зав. кафедри

Ольга ПАВЛОВА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Робоча програма розглянута та схвалена вченою радою факультету інформаційних технологій

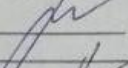
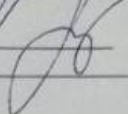
Голова вченої ради факультету

Тетяна ГОВОРУЩЕНКО

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Хмельницький 2025

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Посада	Назва факультету	Підпис	Ініціали, прізвище
Завідувач кафедри комп'ютерної інженерії та інформаційних систем	Факультет інформаційних технологій		Ольга ПАВЛОВА
Гарант освітньо-професійної програми	Факультет інформаційних технологій		Єлизавета ГНАТЧУК
Декан	Факультет інформаційних технологій		Тетяна ГОВОРУЩЕНКО

3. Пояснювальна записка

Дисципліна «Системи управління контентом вебсервісів» відноситься до циклу вибіркових дисциплін та сприяє поглибленню фахових умінь у сфері управління цифровим контентом, планування та реалізації маркетингових стратегій у соціальних медіа. Дисципліна забезпечує засвоєння сучасних технологій веброзробки, управління контентом та просування брендів у мережі, а також формує практичні навички роботи з CMS-платформами, SMM-інструментами, аналітикою та звітністю. У процесі навчання здобувачі набувають важливих соціальних компетенцій (soft skills): ефективна комунікація, командна робота, критичне мислення, здатність приймати рішення в умовах обмежених ресурсів та розвивати проєктні компетенції.

Мета дисципліни. Формування у здобувачів компетентностей у сфері створення, управління та просування цифрового контенту; здатності ефективно використовувати CMS-платформи та SMM-інструменти; вміння аналізувати результати маркетингових кампаній та приймати обґрунтовані управлінські рішення у сфері вебсервісів.

Предмет дисципліни. Використання сучасних систем управління контентом вебсервісів та інструментів соціальних мереж для створення та підтримки вебконтенту, планування та реалізації SMM-кампаній, аналізу ефективності контенту та взаємодії з аудиторією.

Завдання дисципліни. Формування практичних навичок створення та редагування контенту на CMS-платформах; опанування інструментів SMM для просування брендів, підвищення залученості аудиторії та роботи з таргетованою рекламою; ознайомлення з методами аналітики та оцінки ефективності контенту та маркетингових кампаній; розвиток критичного та аналітичного мислення, вміння працювати в команді, приймати управлінські рішення та планувати роботу з цифровими сервісами.

Результати навчання. Після вивчення дисципліни студент повинен: *знати* основні принципи роботи CMS-систем та їх застосування для управління вебконтентом; *володіти* базовими інструментами створення, редагування та організації контенту на вебсайтах; *уміти* планувати, запускати та оцінювати ефективність SMM-кампаній, визначати цільову аудиторію та сегменти клієнтів; *застосовувати* набуті знання для проєктування та реалізації цифрових маркетингових стратегій; *демонструвати* вміння працювати з аналітикою, створювати звіти та пропонувати оптимізаційні рішення на основі отриманих даних; *проявляти* ініціативність, здатність до самостійного навчання, ефективної комунікації, роботи в команді та прийняття відповідальних управлінських рішень у сфері вебконтенту та SMM.

4. Структура залікових кредитів дисципліни

Назва теми	Кількість годин, відведених на:			
	Лекції	Практичні роботи	Лабораторні роботи	СРС
Перший семестр				
Тема 1. Основні поняття	2			10
Тема 2. Архітектура CMS	2	4	4	10
Тема 3. Пошукові системи	2			10
Тема 4. Порівняльний аналіз пошукових систем	2	4	4	10
Тема 5. Важливість контенту при наповненні сайту	2			10
Тема 6. Ефект Instagram	2	4	4	10
Тема 7. Контент маркетинг	2	4	4	14
Тема 8. Створення ефективного бізнес-контенту	2	4	4	14
Тема 9. Особливості просування у соц. мережах	4	4	4	14
Тема 10. Типи контенту для сайту	4	4	4	14
Тема 11. Контент у соц. мережах Facebook	4	4	4	14
Тема 12. Системи керування контентом	4			14
Години:	32	32	32	144
Разом :	240 (8.0 кредитів)			

5. Програма навчальної дисципліни

5.1 Зміст лекційного курсу

№ п/п	Перелік тем лекцій, їх анотації	Години
1	Лекція№1. Основні поняття Система керування контентом. Функції CMS. Керування контентом. Літ.: [1- 11]	2
2	Лекція№2. Архітектура CMS Архітектура CMS. Модуль редагування. Модуль подання. База даних для зберігання HTML-тексту веб-сторінок. Структура веб-сторінки. Літ.: [1- 11]	2
3	Лекція№3. Пошукові системи Пошукові системи. Тенденції пошукових систем. Принцип роботи пошукових систем. Літ.: [1- 11]	2
4	Лекція№4. Порівняльний аналіз пошукових систем Порівняльний аналіз пошукових систем. Бюджет індексації сайту. Роль контенту. Літ.: [1- 11]	2
5	Лекція№5. Важливість контенту при наповненні сайту Унікальний контент. Наповнення сайту контентом. Контент-менеджери. Відеомонтажери. Літ.: [1- 11]	2
6	Лекція№6. Ефект Instagram Культура та тренди. Внутрішній звіт компанії. Підписники. Політика безпеки. Літ.: [1- 11]	2
7	Лекція№7. Контент маркетинг Додаткова аудиторія. Просування бренду. Довіра користувачів. Залучення трафіку на сайт. Збільшення продажів. В якому вигляді готувати контент. Застосування на практиці	2

	контент маркетингу. Чому не працює контент-маркетинг. Недоліки контент-маркетингу. Приклади контент-маркетингу. Літ.: [1- 11]	
8	Лекція№8. Створення ефективного бізнес-контенту Піки активності аудиторії. Довжина постів. Запитання у коментарях. Заклик до дії. Тригери. Яскраві фото та інфографіка. Правила створення якісного бізнес-контенту. Літ.: [1- 11]	2
9	Лекція№9. Особливості просування у соц. мережах Пропорції використання типів контенту. Частота публікацій у соц. мережах. Вибір типу контенту залежно від соц. мережі. Літ.: [1- 11]	4
10	Лекція№10. Типи контенту для сайту Контент-план. Пропорції використання типів контенту. Контент, що залучає. Брендований контент. Навчальний контент. Рекламний контент. Літ.: [1- 11]	4
11	Лекція№11. Контент у соц. мережах Facebook Культура та тренди. Внутрішній звіт компанії. Підписники. Політика безпеки. Платна, безкоштовна реклама. Літ.: [1- 11]	4
12	Лекція№12. Системи керування контентом CMS WordPress. Joomla. Drupal. Modx. OpenCart. Magento. Hostinger. Літ.: [1- 11]	4
Разом за семестр:		32

5.2 Зміст практичних занять

№ п/п	Тема практичного заняття	Години
1	Практична робота №1. Стратегія роботи в соц. мережах SMM-стратегія. KPI. Власний бренд, послуга, продукт, особиста сторінка. Соціальні мережі, веб-сайт. Параметри (кількість підписників, кількість переглядів, лайків, переходів, тощо). Літ.: [1- 11]	4
2	Практична робота №2. KPI трекери Створення, управління й аналіз KPI. Вибір програмного забезпечення для роботи з KPI. Літ.: [1- 11]	4
3	Практична робота №3. SMM у Facebook Акаунт у Facebook. Бізнес-сторінка в Facebook. Категорії бізнесу. Створення імені користувача. Додавання інформації про бренд. Додавання кнопки заклику до дії. Призначення адміністраторів на сторінці Facebook. Видалення бізнес-сторінки в Facebook. Літ.: [1- 11]	4
4	Практична робота №4. Цільова аудиторія Цільова аудиторія сайту. Види цільової аудиторії сайту. Портрет цільової аудиторії. Помилки у формуванні портрета клієнта. Метод 5W. Підходи до аналізу сфери B2B і до B2C. Літ.: [1- 11]	4
5	Практична робота №5. Tone of voice або brand of voice Tone of voice, brand of voice. Як ToV формує імідж. Основні ознаки клікбейту. Переваги застосування ToV. Класифікації ToV. Чек-лист. Метод MailChimp. Літ.: [1- 11]	4
6	Практична робота №6. Контенет для соц. мереж Типи контенту для соц. мереж. Пропорції для різних типів контенту. Контент для сторінок Фейсбук та Інстаграм. Контент-план. Літ.: [1- 11]	4
7	Практична робота №7. SMM у Instagram Акаунт в Instagram. Бізнес-сторінка в Instagram. Категорії бізнесу. Створення імені користувача. Додавання інформації про бренд. Додавання кнопки заклику до дії. Літ.: [1- 11]	4
8	Практична робота №8. Управління контентом Частота публікування контенту у соц. мережах. В які години найкраще публікувати контент. Типи контенту залежно від соц. мережі. Літ.: [1- 11]	4
	Разом :	32

5.3 Зміст лабораторних занять

№ п/п	Тема лабораторного заняття	Години
1	Лабораторна робота №1. Створення контенту інтернет-ресурсів Літ.: [1- 11]	4
2	Лабораторна робота №2. Вивчення видів конструкторів сайтів Літ.: [1- 11]	4
3	Лабораторна робота №3. Базові інструменти для створення сайтів Літ.: [1- 11]	4
4	Лабораторна робота №4. Створення сторінок сайту Літ.: [1- 11]	4
5	Лабораторна робота №5. Вивчення основних видів комп'ютерної графіки Літ.: [1- 11]	4
6	Лабораторна робота №6. Встановлення додатків із зовнішніх джерел Літ.: [1- 11]	4
7	Лабораторна робота №7. Вивчення роботи бібліотек Bootstrap, jQuery та плагіни Літ.: [1- 11]	4
8	Лабораторна робота №8. Вивчення систем керування контентом Літ.: [1- 11]	4
	Разом :	32

5.3 Зміст самостійної (у т.ч. індивідуальної) роботи здобувача вищої освіти

Самостійна робота студентів усіх форм здобуття освіти полягає у систематичному опрацюванні програмного матеріалу з відповідних джерел інформації, підготовці до практичних занять, лабораторних робіт та тестування. До послуг студентів сторінка кафедри у Модульному середовищі для навчання, де розміщені Робоча програма дисципліни та необхідні матеріали з її навчально-методичного забезпечення та контролю результатів навчання.

Номер тижня	Вид самостійної роботи	Години
1	Опрацювання лекційного матеріалу №1. Підготовка до практичної роботи №1. Підготовка до лабораторної роботи №1.	8
2	Опрацювання лекційного матеріалу №2. Підготовка до практичної роботи №2. Захист лабораторної роботи №1.	8
3	Опрацювання лекційного матеріалу №3. Підготовка до лабораторної роботи №2. Підготовка до захисту лабораторної роботи №2.	8
4	Опрацювання лекційного матеріалу №4. Підготовка до практичної роботи №3. Захист лабораторної роботи №2.	8
5	Опрацювання лекційного матеріалу №4. Підготовка до лабораторної роботи №3. Підготовка до захисту лабораторної роботи №3.	8
6	Опрацювання лекційного матеріалу №5. Підготовка до практичної роботи №4. Захист лабораторної роботи №3.	8
7	Опрацювання лекційного матеріалу №6. Підготовка до лабораторної роботи №4. Підготовка до захисту лабораторної роботи №4.	10
8	Опрацювання лекційного матеріалу №7. Підготовка до практичної роботи №5. Захист лабораторної роботи №4.	10
9	Опрацювання лекційного матеріалу №7. Підготовка до лабораторної роботи №5. Підготовка до захисту лабораторної роботи №5.	10
10	Опрацювання лекційного матеріалу №8. Підготовка до практичної роботи №6. Захист лабораторної роботи №5.	10
11	Опрацювання лекційного матеріалу №8. Підготовка до лабораторної роботи №6. Підготовка до захисту лабораторної роботи №6.	10
12	Опрацювання лекційного матеріалу №9. Підготовка до практичної роботи №7. Захист лабораторної роботи №6.	10
13	Опрацювання лекційного матеріалу №10. Підготовка до лабораторної роботи №7. Підготовка до захисту лабораторної роботи №7.	10
14	Опрацювання лекційного матеріалу №10. Підготовка до практичної роботи №8. Захист лабораторної роботи №7. Підготовка до тестового контролю	10
15	Опрацювання лекційного матеріалу №11. Підготовка до лабораторної роботи №8. Підготовка до захисту лабораторної роботи №8.	8

16	Опрацювання лекційного матеріалу №12. Підготовка до практичної роботи №9. Захист лабораторної роботи №8.	8
	Разом :	144

6. Технології та методи навчання

Процес навчання з дисципліни ґрунтується на використанні традиційних та сучасних технологій та методів навчання, зокрема: лекції (з використанням методів візуалізації, проблемного й інтерактивного навчання, мотиваційних прийомів, інформаційно-комунікаційних технологій); практичні заняття (з використанням інструктування, демонстрування, розв'язування типових і прикладних задач, аналізу кейсів, ситуаційних завдань, елементів дискусії тощо); лабораторні заняття: з використанням методів проєктної діяльності, тренінгових вправ, аналіз проблемних ситуацій, пояснення, дискусія тощо; самостійна робота (опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до виконання практичних та лабораторних робіт, підсумкового контролю), з використанням інформаційно-комп'ютерних технологій та технологій дистанційного навчання.

7. Методи контролю

Поточний контроль здійснюється під час аудиторних практичних та лабораторних занять, а також у дні проведення контрольних заходів, встановлених робочою програмою і графіком освітнього процесу, в т.ч. з використанням Модульного середовища для навчання. При цьому використовуються такі методи поточного контролю:

- оцінювання результатів роботи на практичних заняттях (опитування теоретичного матеріалу, вирішення завдань, участь у обговоренні ситуацій);
- оцінювання результатів захисту лабораторних робіт;
- тестовий контроль засвоєння теоретичного матеріалу з тем.

Підсумкова семестрова оцінка виставляється за результатами поточного контролю. Здобувач вищої освіти, який набрав з будь-якого виду навчальної роботи, суму балів нижчу за 60 відсотків від максимального балу, вважається таким, який *має* академічну заборгованість. Ліквідація академічної заборгованості із семестрового контролю здійснюється у період екзаменаційної сесії або за графіком, встановленим деканатом відповідно до «Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ».

8. Політика дисципліни

Політика навчальної дисципліни загалом визначається системою вимог до здобувача вищої освіти, що передбачені чинними положеннями Університету про організацію і навчально-методичне забезпечення освітнього процесу. Зокрема, проходження інструктажу з техніки безпеки; відвідування занять з дисципліни є обов'язковим. За об'єктивних причин (підтверджених документально) теоретичне навчання за погодженням із лектором може відбуватись в он-лайн режимі. Успішне опанування дисципліни і формування фахових компетентностей і програмних результатів навчання передбачає необхідність підготовки до практичних та лабораторних занять (вивчення теоретичного матеріалу з теми, брати участь у дискусіях щодо прийнятих рішень при виконанні здобувачами практичних та лабораторних робіт.

Здобувачі вищої освіти мають дотримуватися встановлених термінів виконання всіх видів навчальної роботи відповідно до робочої програми навчальної дисципліни. Термін захисту лабораторної роботи вважається своєчасним, якщо студент захистив її на наступному після виконання роботи. Пропущене практичне та заняття студент зобов'язаний відпрацювати у встановлений викладачем термін, але не пізніше, ніж за два тижні до кінця теоретичних занять у семестрі.

Засвоєння студентом теоретичного матеріалу з дисципліни оцінюється за результатами опитування тестування.

Здобувач вищої освіти, виконуючи самостійну роботу або індивідуальну роботу з дисципліни, має дотримуватися політики доброчесності (заборонені списування, плагіат (в т.ч. із використанням мобільних девайсів)). У разі виявлення порушення політики академічної доброчесності в будь-яких видах навчальної роботи здобувач вищої освіти отримує незадовільну оцінку і має повторно виконати завдання з відповідної теми (виду роботи), що передбачені робочою програмою. Будь-які форми порушення академічної доброчесності *не допускаються*.

9. Оцінювання результатів навчання студентів у семестрі

Оцінювання академічних досягнень здобувача вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про контроль і оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у ХНУ». При поточному оцінюванні виконаної здобувачем роботи з кожної структурної одиниці і отриманих ним результатів викладач виставляє йому певну кількість балів із встановлених Робочою програмою для цього виду роботи. При цьому кожна структурна одиниця навчальної роботи може бути зарахована, якщо здобувач набрав не менше 60 відсотків (мінімальний рівень для позитивної оцінки) від максимально можливої суми балів, призначеної структурній одиниці.

При оцінюванні результатів навчання здобувачів вищої освіти з будь-якого виду навчальної роботи (структурної одиниці) рекомендується використовувати наведені нижче узагальнені критерії:

Таблиця – Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти

Оцінка та рівень досягнення здобувачем запланованих ПРН та сформованих компетентностей	Узагальнений зміст критерія оцінювання
Відмінно (високий)	Здобувач вищої освіти глибоко і у повному обсязі опанував зміст навчального матеріалу, легко в ньому орієнтується і вміло використовує понятійний апарат; уміє пов'язувати теорію з практикою, вирішувати практичні завдання, впевнено висловлювати і обґрунтовувати свої судження. Відмінна оцінка передбачає логічний виклад відповіді мовою викладання (в усній або у письмовій формі), демонструє якісне оформлення роботи і володіння спеціальними приладами та інструментами, прикладними програмами. Здобувач не вагається при видозміні запитання, вміє робити детальні та узагальнюючі висновки, демонструє практичні навички з вирішення фахових завдань. При відповіді допустив дві–три несуттєві <i>помилки</i> .
Добре (середній)	Здобувач вищої освіти виявив повне засвоєння навчального матеріалу, володіє понятійним апаратом, орієнтується у вивченому матеріалі; свідомо використовує теоретичні знання для вирішення практичних задач; виклад відповіді грамотний, але у змісті і формі відповіді можуть мати місце окремі неточності, нечіткі формулювання правил, закономірностей тощо. Відповідь здобувача вищої освіти будується на основі самостійного мислення. Здобувач вищої освіти у відповіді допустив дві–три <i>несуттєві помилки</i> .
Задовільно (достатній)	Здобувач вищої освіти виявив знання основного програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання та практичної діяльності за професією, справляється з виконанням практичних завдань, передбачених програмою. Як правило, відповідь здобувача вищої освіти будується на рівні репродуктивного мислення, здобувач вищої освіти має слабкі знання структури навчальної дисципліни, допускає неточності і <i>суттєві помилки</i> у відповіді, вагається при відповіді на видозмінене запитання. Разом з тим, набув навичок, необхідних для виконання нескладних практичних завдань, які відповідають мінімальним критеріям оцінювання і володіє знаннями, що дозволяють йому під керівництвом викладача усунути неточності у відповіді.
Незадовільно (недостатній)	Здобувач вищої освіти виявив розрізнені, безсистемні знання, не вміє виділяти головне і другорядне, допускається помилок у визначенні понять, перекручує їх зміст, хаотично і невпевнено викладає матеріал, не може використовувати знання при вирішенні практичних завдань. Як правило, оцінка «незадовільно» виставляється здобувачеві вищої освіти, який не може продовжити навчання без додаткової роботи з вивчення навчальної дисципліни.

Структурування дисципліни за видами навчальної роботи і оцінювання результатів навчання студентів *денної* форми здобуття освіти у семестрі

Аудиторна робота																Контрольні заходи	Семестровий контроль
Лабораторні заняття №:								Практичні заняття								Тестовий контроль	Залік
1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8		
Кількість балів за кожний вид навчальної роботи (мінімум-максимум)																	
3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	12-20	За рейтингом
24-40								24-40								12-20	60-100**

Примітки: *За набрану з будь-якого виду навчальної роботи з дисципліни кількість балів, нижче встановленого мінімуму, здобувач отримує незадовільну оцінку і має її перездати у встановлений викладачем (деканом) термін. Інституційна оцінка встановлюється відповідно до таблиці «Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС».

Оцінювання на практичних заняттях

Оцінка, яка виставляється за практичне заняття, складається з таких елементів: усне опитування студентів на знання теоретичного матеріалу з теми; вільне володіння студентом термінологією і уміння професійно обґрунтувати прийняті рішення; результати самостійних робіт.

При оцінюванні практичного заняття викладач керується узагальненими критеріями, наведеними у таблиці «Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти» (мінімальний позитивний бал – 3 бали, максимальний – 5 балів).

Оцінювання результатів захисту лабораторної роботи

Виконана й оформлена відповідно до встановлених Методичними рекомендаціями вимог лабораторна робота комплексно оцінюється викладачем при її захисті з урахуванням таких критеріїв: самостійність та креативність виконання; повнота відповіді та знання основних методів та принципів систем управління контентом; якість візуальної реалізації та функціональність та інтерактивність.

Результат виконання і захисту здобувачем вищої освіти кожної лабораторної роботи оцінюється відповідно до таблиці Критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувача вищої освіти.

У випадку виявлення здобувачем рівня знань, нижчого ніж 60 відсотків від максимального балу, встановленого Робочою програмою для кожної структурної одиниці, лабораторна робота йому **не зараховується** і для її захисту він має детальніше опрацювати матеріал з теми роботи, методику її виконання, виправити грубі помилки та повторно вийти на її захист у призначений для цього викладачем час.

Оцінювання результатів тестового контролю

Кожний з тестів, передбачених Робочою програмою, складається із 20 тестових завдань, кожне з яких є рівнозначним.

Відповідно до таблиці структурування видів робіт за тестовий контроль здобувач залежно від кількості правильних відповідей може отримати від 18 до 20 балів.

Розподіл балів в залежності від наданих правильних відповідей на тестові завдання

Кількість правильних відповідей	0-9	10-11	12-13	14-15	16-17	18-19	20
Відсоток правильних відповідей	0-45	50-55	60-65	70-75	80-85	90-95	100
Кількість отриманих балів	12	14	16	17	18	19	20

На тестування відводиться 30хвилин. Студент проходить тестування в он-лайн режимі у Модульному середовищі для навчання. Також, студент може проходити тестування письмово, записуючи правильні відповіді у талоні відповідей. При отриманні негативної оцінки тест слід перездати до терміну **наступного** контролю.

Підсумкова семестрова оцінка за інституційною шкалою і шкалою ЄКТС визначається в автоматизованому режимі після внесення викладачем результатів оцінювання у балах з усіх видів навчальної роботи до електронного журналу. Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС наведені нижче у таблиці «Співвідношення».

Семестровий залік виставляється на останньому занятті за умови якщо загальна сума балів, яку накопичив здобувач з дисципліни (іншого освітнього компонента) за результатами **поточного** контролю, знаходиться у межах від 60 до 100 балів. При цьому за інституційною шкалою ставиться оцінка **«зараховано»**, а за шкалою ЄКТС – буквене позначення оцінки, що відповідає набраній студентом сумі балів відповідно до таблиці Співвідношення. Присутність здобувача у цьому випадку не є обов'язковою.

Таблиця – Співвідношення інституційної шкали оцінювання і шкали оцінювання ЄКТС

Оцінка ЄКТС	Рейтингова шкала балів	Інституційна оцінка (рівень досягнення здобувачем вищої освіти запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни)	
		Залік	Іспит/диференційований залік
A	90-100	Зараховано	Відмінно/Excellent – високий рівень досягнення запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни, що свідчить про безумовну готовність здобувача до подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом
B	83-89		Добре/Good – середній (максимально достатній) рівень досягнення запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни та готовності до подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом
C	73-82		
D	66-72		
E	60-65		
FX	40-59	Незараховано	Незадовільно/Fail – Низка запланованих результатів навчання з навчальної дисципліни відсутня. Рівень набутих результатів навчання є недостатнім для подальшого навчання та/або професійної діяльності за фахом
F	0-39		Незадовільно/Fail – Результати навчання відсутні

10. Питання для самоконтролю результатів навчання

1. Назвіть мінімальний набір програмного забезпечення для web-розробника.
2. Яким чином можна досягти до віддаленого сервера, де зберігаються файли сайту?
3. Назвіть основні складові у написанні URL ресурсу.
4. Що таке контент і управління контентом?
5. Архітектура CMS.
6. Які є види CMS для користування?
7. Які складові містить структура web-сторінки?
8. Назвіть форми публікації сторінки, як елемента контенту.
9. Якими способами реалізують багатомовність web-сторінки?
10. Перерахувати популярні конструктори сайтів і зазначити сервіси, які надають можливості безкоштовного користування.
11. Вказати особливості конструкторів, зокрема можливості реалізації індивідуальних змін.

12. Навести перелік позитивних характеристик обраного конструктора, а також відмітити обмеження стосовно певних функціональностей.
13. Яким чином можна отримати хостинг та доменну адресу від конструктора?
14. Назвати основні причини, за якими користувач може обрати створення сайту за допомогою конструктора.
15. Назвіть мінімальний набір програмного забезпечення для web-розробника.
16. Які види хостинга пропонують для розміщення сайтів?
17. З яких причин хостингові компанії надають безкоштовний тариф?
18. Які причини сприяють вибору безкоштовного хостингу?
19. Які існують застереження щодо використання безкоштовного хостингу?
20. Яким чином можна досягти до віддаленого сервера, де зберігаються файли сайту?
21. Що таке SMM і яка його основна мета?
22. Назвіть основні соціальні мережі, які використовуються для маркетингу.
23. Що таке контент-план і для чого він потрібен у SMM?
24. Які види контенту існують у соціальних мережах?
25. Що таке таргетинг і які його основні види?
26. Яка різниця між органічним охопленням і платним просуванням?
27. Що таке engagement і як його вимірюють?
28. Що таке CTA (call-to-action) і як його використовують у SMM?
29. Назвіть основні KPI для оцінки ефективності SMM-кампанії.
30. Що таке хештег і яку роль він відіграє в просуванні контенту?
31. Які типи реклами можна запускати у Facebook Ads Manager?
32. Що таке A/B тестування у контексті соціальних мереж?
33. Які переваги використання відеоконтенту у SMM?
34. Що таке сторітелінг і як його застосовують у соціальних мережах?
35. Назвіть основні інструменти аналітики соціальних мереж.
36. Що таке SMM-маркетинговий funnel і які його етапи?
37. Як визначити цільову аудиторію для SMM-кампанії?
38. Що таке репутаційний менеджмент у соціальних мережах?
39. Як взаємодіяти з негативними коментарями у соцмережах?
40. Провести порівняльний аналіз популярних програм, які містять утиліту для FTP-доступу.
41. Який модуль у структурі браузерів є визначальним, його основне призначення?
42. Назвіть популярні програми, які надають можливості віддаленого доступу до іншого комп'ютера, їх можливості та особливості.
43. Назвіть основні складові у написанні URL ресурсу.
44. Назвіть основні сімейства комп'ютерних шрифтів. Яке сімейство найкраще використати для сайтів?
45. До яких двох категорій можна віднести шрифти, що застосовують для web?
46. Перерахуйте відомі web-формати шрифтів.
47. Назвіть підходи для застосування довільного шрифту на сторінці.
48. Які характеристики шрифту є суттєвими для використання на сайті?
49. Які CSS-властивості можна застосувати для шрифтів?
50. Яким чином можна під'єднати шрифт з колекції Google Fonts?
51. Що таке іконковий шрифт, яким чином його можна використати на сайті?
52. Здійснити порівняльний огляд відомих іконкових шрифтів.
53. Яким чином можна відредагувати SVG-іконку?
54. Назвіть підходи, які застосовують для створення сторінок сайту.
55. Які програмні засоби застосовують для створення сучасних сайтів?
56. Який мінімальний набір засобів має бути для створення простого статистичного сайту?
57. Що таке структура сторінки?
58. Назвіть основні блоки, які має містити сторінка сайту.
59. Назвіть основні правила формування фізичної структури сайту?
60. Які обов'язкові папки мають бути в структурі проєкту?
61. За якими принципами формуються назви файлів та папок проєктів?
62. Які графічні формати використовують у web?
63. В чому полягають відмінності графічних форматів?
64. Здійснити порівняльний огляд графічних онлайн-редакторів.
65. Які можливості надають растровий та векторний графічні редактори?
66. Які послуги надає сервіс Adobe Color Themes?
67. За якими критеріями підбирається колірна гама для тематичного сайту?

68. Які формати застосовують для зображень з прозорим фоном?
69. Назвіть основні характеристики зображення, яке встановлюють на сайт.
70. Що називається фавіконкою?
71. Які основні розміри та формати фавіконки?
72. Назвіть декілька варіантів отримання фавіконки.
73. Для чого розробляються API додатків, яку функціональність вони надають?
74. Яким чином можна використати сторонній сервіс з доступним API на власному сайті?
75. В чому переваги картографічних сервісів?
76. Яким чином можна вставити онлайн карту на сайт?
77. В чому проявляються відмінності різних картографічних сервісів?
78. Які обмеження у використанні накладено картографічним сервісом GoogleMaps?
79. Яким чином можна уставити динамічні елементи бібліотеки jQuery UI на сайт?
80. Яким чином під'єднати до сайту зовнішній плагін?
81. На які файли потрібно звертати увагу при під'єднанні до сайту зовнішніх плагінів?
82. Для чого застосовують ініціалізацію скрипта?
83. Яким чином можна підключити потрібні опції до скрипту?
84. Які завдання вирішує плагін?
85. Чи можливі модифікації плагіну?
86. Перелічіть плагіни, які можна застосувати для реалізації слайдера.
87. Які проблеми можуть бути при застосуванні надмірної кількості скриптів на сторінці?
88. Чому js-скрипти називають мовою клієнтського програмування?
89. Чим js-скрипти відрізняються від мов серверного програмування?
90. Які основні переваги надає Bootstrap для web-розробників?
91. Які базові модулі складають фреймворк?
92. Які якості притаманні шаблонам сторінок на базі Bootstrap?
93. Яким чином Bootstrap пропонує зробити розподілення інформації по кількох колонках?
94. Які класи Bootstrap надають змогу формувати фрагменти тексту?
95. Які візуальні акценти можна застосувати до фрагментів тексту?
96. Які файли з бібліотеки Bootstrap є важливими та першочерговими для під'єднання?
97. Назвіть динамічні елементи, які можна вирішувати скриптами бібліотеки.
98. Яку зовнішню JS-бібліотеку обов'язково потрібно підключити до сайту Bootstrap? Чому?
99. Чим відрізняються різні версії Bootstrap між собою?
100. Що називають системою керування контентом?
101. Назвіть умови, за яких використовується CMS.
102. Які основні переваги при використанні CMS отримує користувач, на які застереження слід вважати?
103. Які безкоштовні CMS є популярними та яка їх спеціалізація?
104. Назвіть особливості CMS WordPress.
105. Які переваги притаманні системі CMS WordPress?
106. Назвіть типові проблеми, з якими стикається користувач WordPress при створенні сайту.
107. Які висувають вимоги до WordPress хостингу?
108. Які переваги отримує користувач від застосування комерційних CMS?
109. Які критерії вибору комерційної CMS є вагомими?
110. В яких випадках користуються самописними CMS?
111. На які моменти слід вважати користувачам при використанні самописних CMS?

11. Навчально-методичне забезпечення

Освітній процес з дисципліни «Системи управління контентом вебсервісів» повністю і в достатній кількості забезпечений необхідною навчально-методичною літературою.

12. Матеріально-технічне та програмне забезпечення дисципліни (за потреби)

Інформаційна та комп'ютерна підтримка: ПК, планшет, смартфон або інший мобільний пристрій, проєктор. Програмне забезпечення: програми Microsoft Office або аналогічні, доступ до мережі Інтернет, робота з презентаціями.

Вивчення навчальної дисципліни не потребує використання спеціального програмного прикладного забезпечення, крім загальноновживаних програм і операційних систем, використовуються безкоштовні за стосунки з браузері Figma, Canva.

13. Рекомендована література:

Основна

1. Каплунов Д. Королі соціальних мереж. В-во: Book Chef. 2022. - 432 с. ISBN: 9786175480922.
2. Міллер Д. Створи StoryBrand. Розкажи історію бренду, і тебе почують. В-во: Vivat. 2021. - 240 с. ISBN: 9789669822376.
3. Філановський О. Головна маркетингова книга. В-во: Фабула. 2018. - 304 с. ISBN: 9786170938893.
4. Траут Д., Райс Е., Рівкін С. Маркетингові війни. В-во: Фабула. 2019. - 480 с. ISBN: 978-617-09-5385-8, 978-617-09-5384-1.
5. Роберт М.-К. Джерас Т. Сторіноміка маркетинг у пострекламну епоху. В-во: Vivat, Pelican. 2019. - 240 с.
6. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг. В-во: Центр учбової літератури. 2019. - 184 с.
7. Digital-маркетинг: теорія і практика [Текст] : навч. посіб. / Слободяник А. М. [та ін.] ; Київ. міжнар. ун-т. - Київ : КиМУ, 2022. - 228 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 215-227. - 200 прим. - ISBN 978-617-651-234-9.
8. Котлер Ф., Картайя К. Маркетинг 4.0: перехід від традиційного до цифрового / пер. з англ. — Київ: Наш Формат, 2017. — 256 с.
9. Виноградова О.В. Маркетинг у соціальних мережах: навч. посібн. / О.В.Виноградова, Н.М. Недопако. - Київ : ДУТ, 2022. - 202 с.
10. Робота із соціальними мережами: посібник з питань використання соціальних мереж. - Київ: Департамент преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні, 2020 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.euam-82.ukraine.eu/wp-content/uploads/2020/09/Working-with-Social-MediaCompendium-UKRAINIAN-AUGUST-2020-FOR-PUBLICATION.pdf>.
11. Стаська Падалка, Світлана Свириденко, Олена Толстокора Енциклопедія копірайтингу. Практичний посібник з існування для українських копірайтерів. - Київ: Stetovych, 2024. - 304 с.

8. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

12. Як побудувати SMM-стратегію: покроковий план просування в соціальних мережах [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://texterra.ru/blog/kak-postroit-smm-strategiyu-poshagovyy-planprodvizheniya-v-sotsialnykh-setyakh.html>.
13. Соціальні мережі для ведення і просування бізнесу [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://vseproip.com/biznes-ip/maluy/socialnye-seti-dlya-biznesa.html>
14. Огляд методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analyky-v-instagram-metrykyinstrumenty-porady.html>
15. Kaftandjiev C. Integrated Marketing Communications | C. Kaftandjiev/ - Dey Street Books; 1st edition. 2021. P. 304.
16. Маркетингові комунікації: підручник/ Н.В. Попова, А.В. Катаєва, Л.В. Базалієва, О.І. Кононов, Т.А. Муха, під загальною редакцією Н. В. Попової. - Харків: Факт, 2020. - 315 с.
17. Мартін Томас. Посібник The Financial Times зі стратегії для соціальних медіа. - Харків: Фабула, 2020 - 304с.
18. Генрі Керол. Прочитай, якщо хочеш стати зіркою Instagram. - ArtHuss, 2021. - 128

Електронний університет:

10. Модульне середовище для навчання MOODLE. Доступ до ресурсу: <https://msn.khmnua.edu.ua/course/view.php?id=7742>
11. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php.
12. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/p1age_lib.php

СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНТЕНТОМ ВЕБСЕРВІСІВ

Тип дисципліни	Вибіркова
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова викладання	Українська
Семестр	—
Кількість призначених кредитів ЄКТС	8,0
Форми здобуття освіти, для яких викладається дисципліна	Очна (денна)

Результати навчання. Після вивчення дисципліни студент повинен: *знати* основні принципи роботи CMS-систем та їх застосування для управління вебконтентом; *володіти* базовими інструментами створення, редагування та організації контенту на вебсайтах; *уміти* планувати, запускати та оцінювати ефективність SMM-кампаній, визначати цільову аудиторію та сегменти клієнтів; *застосовувати* набуті знання для проєктування та реалізації цифрових маркетингових стратегій; *демонструвати* вміння працювати з аналітикою, створювати звіти та пропонувати оптимізаційні рішення на основі отриманих даних; *проявляти* ініціативність, здатність до самостійного навчання, ефективної комунікації, роботи в команді та прийняття відповідальних управлінських рішень у сфері вебконтенту та SMM..

Зміст навчальної дисципліни. Основні поняття. Архітектура CMS. Пошукові системи. Порівняльний аналіз пошукових систем. Важливість контенту при наповненні сайту. Ефект Instagram. Контент маркетинг. Створення ефективного бізнес-контенту. Особливості просування у соц. мережах. Типи контенту для сайту. Контент у соц. мережах Facebook. Системи керування контентом.

Запланована навчальна діяльність: Мінімальний обсяг навчальних занять в одному кредиті ЄКТС навчальної дисципліни для *першого* (бакалаврського) рівня вищої освіти за денною формою здобуття освіти становить 10 годин на 1 кредит ЄКТС.

Форми (методи) навчання: Процес навчання з дисципліни ґрунтується на використанні традиційних та сучасних технологій та методів навчання, зокрема: лекції (з використанням методів візуалізації, проблемного й інтерактивного навчання, мотиваційних прийомів, інформаційно-комунікаційних технологій); практичні заняття (з використанням інструктування, демонстрування, розв'язування типових і прикладних задач, аналізу кейсів, ситуаційних завдань, елементів дискусії тощо); лабораторні заняття: з використанням методів проєктної діяльності, тренінгових вправ, аналіз проблемних ситуацій, пояснення, дискусія тощо; самостійна робота (опрацювання теоретичного матеріалу, підготовка до виконання практичних та лабораторних робіт, підсумкового контролю), з використанням інформаційно-комп'ютерних технологій та технологій дистанційного навчання.

Форми оцінювання результатів навчання: оцінювання результатів роботи на практичних заняттях, результатів захисту лабораторних робіт; тестовий контроль засвоєння теоретичного матеріалу з тем.

Вид семестрового контролю: залік.

Навчальні ресурси:

1. Каплунов Д. Королі соціальних мереж. В-во: Book Chef. 2022. - 432 с. ISBN: 9786175480922.
2. Міллер Д. Створи StoryBrand. Розкажи історію бренду, і тебе почують. В-во: Vivat. 2021. – 240 с. ISBN: 9789669822376.
3. Філановський О. Головна маркетингова книга. В-во: Фабула. 2018. – 304 с. ISBN: 9786170938893.
4. Траут Д., Райс Е., Рівкін С. Маркетингові війни. В-во: Фабула. 2019. – 480 с. ISBN: 978-617-09-5385-8, 978-617-09-5384-1.
5. Роберт М.-К. Джерас Т. Сторіоміка маркетинг у пострекламну епоху. В-во: Vivat, Pelican. 2019. – 240 с.
6. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг. В-во: Центр учбової літератури. 2019. – 184 с.
7. Модульне середовище для навчання. Доступ до ресурсу: <https://msn.khmnmu.edu.ua/course/view.php?id=7742>.
8. Електронна бібліотека університету. Доступ до ресурсу: <http://library.khmnmu.edu.ua/>.

Викладачі: д.т.н., професор Єлизавета ГНАТЧУК