

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри
готельного і ресторанного бізнесу
Протокол № 1 від 31.08.2023

ПОГОДЖЕНО

Проректор з навчально-методичної роботи

Каріна НЕМАШКАЛО



FOOD BLOGGING

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань
Спеціальність
Освітній рівень
Освітня програма

всі
всі
перший (бакалаврський)
всі

Статус дисципліни
Мова викладання, навчання та оцінювання

вибіркова
українська

Розробник(и):
к.е.н., доцент

Ольга БЛОХІНА

Завідувач кафедри
готельного і
ресторанного бізнесу

Оксана ДАВИДОВА

Харків
2024

ВСТУП

Фудблогінг відіграє значущу роль в сучасному світі з різних перспектив: включаючи гастрономію, культуру, освіту, бізнес та спільноту, створюючи цікавий та важливий вплив на сучасне суспільство. Фудблогери представляють кулінарні традиції різних країн та культур, сприяючи обміну кулінарним досвідом. Блоги про подорожі з фокусом на їжі популяризують гастрономічний туризм, розповідаючи про найкращі місця для смачного харчування у різних куточках світу. Успішні фудблогери можуть стати впливовими в галузі харчової промисловості та сприяти рекламі продуктів і брендів. Фудблогери, що спеціалізуються на здоровому харчуванні, можуть допомагати людям зберігати баланс у своїй дієті та здоровому способі життя. Отже, вивчення фудблогінгу має значення не лише як розважальна сфера, але й як важливий аспект розвитку готельно-ресторанного бізнесу, культурного обміну, навчання, здоров'я та формування спільноти.

Фудблогінг може мати значний вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу. Фудблогери можуть виступати як важливі рекламні партнери для ресторанів та готелів. Вони дозволяють представити страви та атмосферу закладу в інноваційний та привабливий спосіб, залучаючи увагу нових відвідувачів.

Відгуки фудблогерів можуть впливати на гастрономічну репутацію ресторану чи готелю. Позитивний відгук може сприяти збільшенню клієнтського потоку, тоді як негативний може призвести до втрати довіри.

Фудблогери вивчають та популяризують нові кулінарні тренди. Ресторани, які вміють адаптуватися до цих трендів та пропонувати інноваційні страви, можуть привертати увагу і збільшувати свою популярність.

Фудблог, який має велику аудиторію, може створювати лояльних відвідувачів для ресторану або готелю. Багато фудблогерів активно використовують соціальні мережі для публікації фото та відгуків. Ресторани та готелі можуть отримати значну експозицію через партнерство з популярними блогерами.

Фудблоги можуть служити платформою для освіти та інформування гостей про особливості кухні, інгредієнти та філософію страв ресторану. Позитивний відгук чи рекомендація від фудблогера може призвести до збільшення кількості замовлень та підвищення обороту.

Враховуючи ці аспекти, важливо, щоб ресторани та готелі ретельно обирали партнерів серед фудблогерів або створювали власний фудблог.

Метою навчальної дисципліни «Фудблогінг» є ознайомлення здобувачів із основами створення та ведення блогів, спеціалізованих на гастрономічних темах.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- набуття знань щодо основних підходів, принципів та методів роботи фудблогера;
- засвоєння психологічних аспектів впливу на аудиторію;
- засвоєння знань щодо принципів успішного блогерства;
- формування вмій та навичок щодо розробки стратегії ведення блогу та

складання контент-плану;

– опанування знань щодо ефективної комунікації з аудиторією;

– набуття навичок щодо підбору контенту.

– розвиток креативності, аналітичних та комунікативних навичок здобувачів у контексті вироблення власного гастрономічного контенту, ведення діалогу з аудиторією та вивчення основ медіа-продукції.

Об'єктом навчальної дисципліни є процес роботи фудблогера та принципи ведення фудблогу як у контексті особистого блогу так і у діяльності підприємств готельного та ресторанного бізнесу.

Предметом навчальної дисципліни є напрями діяльності підприємств ресторанного господарства.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна, визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
Здійснювати підбір технологічного устаткування та обладнання, вирішувати питання раціонального використання просторових та матеріальних ресурсів. Вільно спілкуватися з професійних питань державною та іноземною мовами усно і письмово. Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів.	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. Цінування та повага різноманітності та мультикультурності. Здатність спілкуватися іноземною мовою. Розуміння предметної області і специфіки професійної діяльності. Здатність здійснювати підбір технологічного устаткування та обладнання, вирішувати питання раціонального використання просторових та матеріальних ресурсів.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. *Основні принципи фуд-блогінгу*

Тема 1. Історія виникнення фуд-блогінгу. Основні поняття та визначення.

1.1. Історія виникнення фуд-блогінгу.

Основні історичні етапи розвитку фуд-блогінгу в Україні та Європі. Розвиток культурно-освітніх проєктів із медіаосвітлення різних моделей харчування як способу збереження традиційних культурних цінностей, а також популяризація

натуральної їжі.

1.2. Основні поняття та визначення.

Термінологія "кулінарна журналістика", "гастрономічна журналістика" і "фуджурналістика".

Тема 2. Сучасні фуд-блогери. Розбір закордонних та вітчизняних популярних фуд-блогів.

2.1. Сучасні закордонні фуд-блогери

Найбільш перспективні сучасні форми фуд-журналістики та фуд-блогерства. Розбір закордонних фуд-блогів. Вивчення найбільш трендових та популярних тематик. Розгляд успішних прикладів монетизації. Аналіз основних трендів фото та відео контенту.

2.2. Сучасні вітчизняні фуд-блогери

Розбір найпопулярніших сучасних фуд-блогів на різних платформах. Аналіз та ранжування блогів. Виділення основних конкурентних переваг, засобів монетизації та ефективності взаємодії та комунікації з аудиторією.

Тема 3. Перспективи розвитку фуд-блогінгу в Україні.

3.1. Особливості розвитку фуд-блогінгу в Україні.

Розвиток блогосфери в Україні за останнє десятиліття. Основні виклики, пов'язані з розвитком блогосфери у світі та в Україні.

3.2. Основні тенденції розвитку.

Настроювана графіка. Інтерактивний контент. Легітимність та цінний освітній компонент фудблогів. Вихідні дані. Сторонні дані при складанні ефективного вмісту блогу. Оригінальність та нішевість тематик фудблогів.

Тема 4. Методи визначення, типи та аналіз аудиторій різних соціальних мереж.

4.1. Методи визначення аудиторій у соціальних мережах.

Аналітика соціальних мереж. Facebook Insights, Instagram Insights, Twitter Analytics. Дослідження аудиторії. Проведення досліджень та опитувань. Аналіз конкурентів. Інструменти Semrush та SimilarWeb для аналізу конкурентів.

4.2. Види та типи аналізу.

Демографічний аналіз. Психографічний аналіз. Аналіз активності. Аналіз демографічних інтересів.

4.3. Типи аудиторій різних соціальних мереж.

Клієнти та покупці. Лояльні прихильники. Цільова аудиторія/Ліди. Конкуренти. Впливові особистості. Демографічна аудиторія. Поведінкова аудиторія. Психографічна аудиторія. Географічна аудиторія.

Тема 5. Створення концепції, контент-плану та стратегії ведення фуд-блогу.

5.1. Визначення поняття концепції та її основні елементи.

Основна ідея або концепція фудблогу. Основні елементи концепції фудблогу. Тематика. Стиль та автентичність. Цільова аудиторія. Формат контенту. Брендкування. Підходи до монетизації. План розвитку. Приклади концепцій.

5.2. Розробка контент-плану.

Визначення поняття контент-план та основні кроки для успішної розробки. Цілі. Концепція і ніша. Частота публікацій. Календар публікацій. Формати

контенту. Розподіл тем та ключових слів. Акції та спеціальні події. Збереження структури та відстеження результатів. Готовність до змін. Взаємодія з аудиторією. Оцінка та вдосконалення. Сезонність. Співпраця із спонсорами і партнерами. Приклад контент-плану для одного місяця.

5.3. Розробка стратегії ведення блогу

Визначення поняття стратегії ведення блогу. Зміст і цінність. Соціальні мережі. Взаємодія із спільнотою. Моніторинг та аналіз. Постійне навчання і розвиток. Стратегічні поради для ведення фуд-блогу.

Тема 6. Контент фуд-блогера: психологія впливу на аудиторію, основні принципи створення, можливі помилки.

6.1. Визначення поняття контент та його різновиди.

Визначення поняття контент та його різновиди. Відео контент. Аудіо контент. Графічний контент. Соціальний контент. Інтерактивний контент. Прямі трансляції. Відеотрансляції в реальному часі на платформах, таких як Facebook Live, Instagram Live або YouTube Live. Email-розсилки. Електронні книги і інфопродукти

6.2. Психологічний вплив контенту блогу.

Психологічний вплив контенту блогу як новий напрям мас-медійної психології. Навіювання. Функція провокації. Функція шокування. Епатажні функції. Функції бентеження. Функція вербальної агресії. Аморальні функції. Функція тривожності. Інтригуюча функція. Метод сенсації. Метод залякування. Метод перебільшення. Метод повторення в заголовку. Метод терміноприкриття. Метод поєднання тропів з термінами. Питальні заголовки. Інформеми, прагмеми та експресеми. Основні види контенту, які можна використовувати у блозі.

6.3. Основних принципи створення контенту та уникати типових помилок.

Основні принципи створення контенту. Візуальна привабливість. Історії. Рецепти і DIY. Відгуки і рецензії. Експерименти та нововведення. Взаємодія з аудиторією. Поширені помилки фуд-блогерів.

Змістовий модуль 2. Процес створення унікального контенту для фуд-блогу

Тема 7. Фото- і відео-контент: основні поняття, характеристика, стиль та унікальність, відмінні риси.

7.1. Фото- і відео контент: основні поняття, характеристика.

Основні поняття фотоконтенту. Характеристика фотоконтенту. Якість. Атмосфера. Креативність. Співвідношення.

7.2. Стиль та унікальність фото- і відео-контенту.

Стиль фотоконтенту. Ідентичність. Консистентність. Тематика. Унікальність фотоконтенту. Ексклюзивність. Персональність. Елементи особистого стилю та ідентичності у фото- і відео-контенті.

Тема 8. Місце, обладнання, об'єкт (страви, інгредієнти) для зйомки. План зйомки.

8.1. Місце, обладнання, об'єкт (страви, інгредієнти) для зйомки.

Фотокамера і об'єктиви для фуд. Штатив. Брекетинг по фокусу. Природне світло з вікна. Модифікатори світла. Відбивачі. Типи штучного світла. Штучне постійне світло. Штучне імпульсне світло. Напрямок світла. Модифікатори світла від спалаху. Композиція кадра. Ракурси. Реквізити для побудови образу.

8.2. План зйомки.

Визначення цілей та мета фотосесії. Вибір страви і інгредієнтів. Підготовка страви та інгредієнтів. Вибір обладнання. Планування композиції. Освітлення. Джерела освітлення. Світлова схема. Колір та налаштування. Колірна палітра і стиль фотографії. Параметри фотокамери (витримка, діафрагма, ISO). Зйомка. Тестові кадри, ракурси та кути зйомки. Пост-продакшн. Оцінка результатів.

Тема 9. Монтаж матеріалу для контенту: основні принципи, види, формати, додатки та сервіси.

9.1. Визначення поняття монтаж та основні художні принципи монтажу.

Визначенням поняття монтаж. Принципи і закони монтажу. Монтаж-розповідь та монтаж вираження. Монтажна форма.

9.2. Основні додатки та сервіси для монтажу контенту.

Додатки та сервіси для монтажу контенту. Основні переваги додатків та їх відмінності. Приклади контенту.

Тема 10. Написання текстів для фуд-блогу. Копірайтинг, рерайтинг.

10.1. Основні правила успішного написання текстів.

Основи написання успішного тексту. Як писати тексти, які лайкають. Правило Ганни Гін "Чесно. Ясно. Легко. Корисно.

10.2. Поняття копірайтингу, рерайтингу.

Що таке копірайтинг. Що таке рерайтинг. Різниця між копірайтингом та рерайтингом. 9 важливих правил ефективного копірайтингу. Правила рерайтингу.

Тема 11. Основи комунікації з аудиторією: відгуки, коментарі, відео-звернення.

11.1. Основи комунікації з аудиторією.

Основні правила та принципи комунікації з аудиторією. Характеристика видів комунікації. Ненасильницька комунікація. Загальні поради з комунікації. Систематичність. Відповідальність. Відчуття спільноти. Приклади успішної комунікації.

11.2. Відгуки, коментарі, відео-звернення

Важливість взаємодії. Позитивні відгуки. Висловлення подяки. Негативні відгуки. Правила відповіді на негативні відгуки. Відео-звернення. Аутентичність. Інформативність. Залучення аудиторії.

Тема 12. Шляхи просування фуд-блогу. Основи та методи налаштування реклами.

12.1. Шляхи просування фуд-блогу.

Цільова аудиторія фуд-блогу. Портрет споживача. SWOT-аналіз. SWOT-аналіз конкурентів. Сегментування 5W. Інсайт. Рекламні способи просування. PR-інструменти. Стратегія безперервного просування фудблогу. Календарний план реалізації стратегії просування. Типові помилки просування. Формати

співробітництва з блогерами. Рекламне співробітництво з брендами.

12.2. Основи та методи налаштування реклами.

Основні принципи налаштування реклами для фуд-блогу. Методи налаштування реклами у соціальних мережах. Відеомаркетинг. Контекстна реклама. Партнерські програми. Співпраця з іншими фуд-блогерами, ресторанами та брендами. Блогерські події. Фуд-події та фестивалі. Організація власних заходів для залучення уваги та підвищення популярності фудблогу.

Перелік практичних (семінарських) занять / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2

Таблиця 2

Перелік практичних (семінарських) занять / завдань

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 2. Завдання 1.	1. Знайти цікавий факт або приклад початкових етапів розвитку української фуд журналістики зі стародавніх часів. Представити у вигляді презентації. 2. Знайти сучасний приклад вітчизняного фудблогу. Представити у вигляді презентації. 3. Обрати 5 фуд тг-каналів. Зробити ранжування цих каналів за своїм уподобанням. Спробувати виявити причини такого ранжування і пояснити на яких принципах ґрунтувалось ваше ранжування. Представити у вигляді презентації. 4. Визначитись із каналом (назва соц мережі, платформи) вашого навчального фуд блогу та тематикою. Обрати форму роботи - індивідуальну, чи у співпраці з іншими слухачами нашого курсу.
Тема 4. Завдання 2.	1. Підібрати можливі шляхи монетизації до власного фудблогу. Представити аналогічні існуючі у сучасних фудблогерів приклади цих шляхів монетизації у вигляді презентації.
Тема 6. Завдання 3.	Вишукати власні конкурентні переваги та унікальність (свою нішу) свого майбутнього фудблогу.
Тема 8. Завдання 4.	1. Описати концепцію вашого фудблогу. 2. Розробити контент план на місяць. 3. Розробити стратегію розвитку вашого блогу на півроку.
Тема 10. Завдання 5.	Підготувати 7 варіантів контенту (на кожен день тижня) із застосуванням різних функцій та методів психологічного впливу.
Тема 12. Завдання 6.	1. Знайти та підписатися на фудфотографів та фуд відеографів. 2. Зробити фото контент (мінімум 5 фото) до запланованих публікацій відповідно вашого контент плану.

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3

Таблиця 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1 - 12	Вивчення теоретичного матеріалу
Тема 2, 4, 6, 8, 10, 12	Виконання практичних завдань
Тема 2, 4, 6, 8, 12	Виконання компетентнісно-орієнтовних завдань

Тема 1, 2	Підготовка презентації
Тема 1 - 12	Виконання творчого завдання
Тема 1 - 12	Підготовка до заліку

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У навчальному процесі для активізації навчально-пізнавальної діяльності здобувачів передбачено застосування таких методів навчання: проблемні лекції, міні-лекції, робота в малих групах, кейс-метод, презентації, ділові ігри, банки візуального супроводу.

Проблемні лекції передбачають разом із розглядом основного лекційного матеріалу розгляд кола проблемних питань дискусійного характеру, які мають актуальне значення для теорії та практики та відрізняються поглибленою аргументацією матеріалу, що викладається. Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу й характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Банки візуального супроводу сприяють активізації процесу навчання за темами навчальної дисципліни за допомогою наочності. Робота в малих групах дає змогу структурувати практичні заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного здобувача в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування. Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для подання певних досягнень, результатів роботи групи звіту про виконання індивідуальних завдань.

Лекційна форма проведення занять передбачає застосування таких методів: пояснювально-ілюстративного, методу проблемного викладу, дискусії, дистанційних та медіа технологій навчання (проблемна лекція (теми 1, 3, 5, 7, 9, 11), лекція-дискусія (тема 2, 12), лекція-діалог (теми 6, 10), лекція-конференція (теми 1, 12) за умови проведення занять за дистанційною формою навчання).

Практичні заняття передбачають застосування методів: частково-пошукового, дослідницького, інтерактивного (робота в малих групах (теми 2, 3, 5, 7, 9, 11), кейс-метод (тема 3), ділова гра (тема 4), презентації (тема 6, 10), семінар-дискусія (теми 2, 9, 10, 12).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних

балів:

– для дисциплін з формою семестрового контролю залік: максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума – 60 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формах диференційованого заліку.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається сумуванням всіх балів, отриманих під час поточного контролю.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: Індивідуальні навчально-дослідні завдання (50 балів), письмова контрольна робота (10 балів), індивідуальна практична робота (40 балів).

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Rocamora A. The Labour of Fashion Blogging. In Fashioning Professionals. Bloomington: Bloomsbury Academic, 2020. P. 65-81.
2. Матвієнко В. Я. Соціальні технології. Київ : Українські пропілеї, 2019. 446 с.
3. Онищенко О. С. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : монографія /О.С. Онищенко та ін. Київ : НБУВ, 2018. 248 с.
4. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння. Львів : ПАС, 2016.
5. Айзексон В. Інноватори. Як група хакерів, геніїв та гіків здійснила цифрову революцію. Київ : Наш Формат, 2017. 488 с.
6. Kelly Senyei. Food Blogging For Dummies. World of books : 2022. 320 p.
7. Freberg K. Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications. Thousand Oaks, California : SAGE publications, 2018.
8. Thompson J. B. The Digital Revolution in Publishing. Cambridge, UK : Polity, 2021. 450 p.
9. Birley S. How ot Be a Blogger and Vlogger. 10 Easy Lessons : Learn how to create your own blog, vlog, or podcast and get it out in the blogosphere. Cumbria, UK: Walter Foster Jr; Spi edition, 2019. 64 p. (Super Skills).

Додаткова

10. Артамонова І. М. Блог у системі соціальних комунікацій. Наукові записи Інституту журналістики. Київ : 2018. Т.38. С. 44–48.
11. Пилипенко К. О. Світ соціальних комунікацій. Т.1. Блогінг як захоплення, блогінг як самоціль та інструмент. 2019. С. 16–18.
12. Михайлова О. Ю. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій у сучасній Україні / Наукові записки Інституту політичних і

етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. 2021. Вип. 4–5. С. 130–141.

13. Давидова О. Ю. Формування системи адаптивного інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства.: зб. наук. пр. / ХДУХТ. Харків, 2019. Вип. 1 (29). С. 195–207. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2019_1_19.

14. Давидова О. Ю. Аналіз та оцінювання ризиків інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр. /НАУ. Київ, 2019. Вип. 2 (70). С. 93–98. URL : http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_70_1_2019_ukr/14.pdf.

15. Crystal D. Language and the Internet. 2nd ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2018. 316 p.

16. Encyclopedia of New Media : An Essential Reference to Communication and Technology / ed. by Steven G. Jones. Thousand Oaks, CA : Sage Publications, 2020. 532 p.

17. New Media, Old Media / ed. by Natalie Fenton. London, New Delhi : Journalism & Democracy in the Digital Age. London : SAGE Publications, 2019. 220p.

Інформаційні ресурси

18. Інструмент створення блогу. URL : <https://uk.wordpress.org/>.

19. Ткаченко І., Фенько Н., Фомін Є. Професійні основи блогера. URL : <http://uhrf.org/download/32.pdf>.

20. Я знімаю їжу : історії фуд-фотографів. URL: <https://bazilik.media/ia-znimaiu-izhu-istorii-fud-fotohrafiv/>.