



SMM TA SEO ТЕХНОЛОГІЇ

Кредити та кількість годин: 4 ECTS; 120 годин: 10 год. лекційних, 14 год. практичних та 96 год. самостійна робота; залік
Заочна: 2 год. лекційних, 4 год. практичних та 114 год. самостійна робота; залік

I. Опис навчальної дисципліни

Системні знання з SEO та SMM технологій потрібні передусім для новачків у бізнесі чи проєктах, інтернет-маркетологів та власників бізнесу, які бажають отримати високооплачувану роботу в сфері digital marketing або зацікавлені в просуванні власного сайту та соцмереж.

II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Курс має на меті ознайомити студентів з основними принципами та методами SEO та SMM технологій, а саме – просування бренду, розширення цільової аудиторії, залучення трафіку на сайт, підвищення продажів, таргетингу у таких соцмережах як Інстаграм, Фейсбук та Ютуб.

Завдання курсу – розвинути та набути такі фахові та загальні компетентності як:

ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 2. Здатність спілкуватися (усно та письмово) державною та іноземною мовами на рівні, що відповідає професійним потребам.

ЗК 4. Здатність до самостійного прийняття обґрунтованих рішень на основі підвищення свого загальнокультурного та професійного рівня.

СК 1. Усвідомлення взаємозв'язку культурних текстів та контекстів.

СК 2. Здатність до оцінювання ступеню повноти та достовірності інформації у процесі реалізації професійної діяльності.

СК 3. Здатність виявляти характер культурних потреб суспільства або його окремих груп, визначати способи їх задоволення та шляхи забезпечення культурних прав і свобод людини, зважаючи на інтенсифікації культурних взаємодій.

СК 5. Здатність до професійної взаємодії з представниками інших спеціальностей, а також залучення до розв'язання культурних проблем представників громадськості.

СК 6. Здатність критично осмислювати історичні здобутки та новітні досягнення культури.

СК 11. Володіння методиками експертних оцінок культурної політики із перспективою подальшої розробки та/або модернізації культурологічної моделі національного культурного простору та його регіонів.

СК 12. Здатність розробляти, презентувати та впроваджувати культурні проєкти, здійснювати їх експертизу з використанням сучасних соціальних та інформаційно-комунікаційних технологій.

III. Результати навчання

ПРН 1	Знати специфіку формування соціальної свідомості та особливості реалізації культурних ідей, образів та смислів, зокрема за допомогою різноманітних знакових систем (вербальних, невербальних) а також критично оцінювати можливості їхньої інтерпретації для розв'язання суспільно-значимих проблем. • проводити аудит конкурентів, організовувати стратегічне планування; • розрізняти специфіку інструментів SMM.
-------	--

ПРН 2	Аналізувати джерела інформації щодо культурних явищ та процесів, верифікувати та синтезувати потрібну інформацію у відповідності до професійних задач. • аналізувати специфіку соціальних мереж; • аналізувати вплив SMM на збільшення аудиторії.
ПРН 3	Аналізувати культурні права та свободи людини, форми та механізми їхньої ідентифікації, інкультурації, культурної адаптації з врахуванням регіональної специфіки. • знати законодавчо-правові засади діяльності фахівця в сфері культури; • застосовувати знання про традиційну культуру українців й культурної специфіки окремих регіонів при плануванні створення певного культурного продукту.
ПРН 6	Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних питань, презентації результатів досліджень та проєктів. • дотримуватись актуальних норм українського правопису при під час висвітлення інформації в social media; • розуміти специфіку горизонталі комунікації в social media; • знати специфіку стилістики текстів у social media.
ПРН 15	Розробляти (самостійно, або у складі групи), презентувати, впроваджувати культурні (освітні, просвітницькі, мистецькі) проєкти, проводити їх експертизу. • розробляти SMM концепції; • оцінювати ефективність різних елементів, використовуваних SEO технологіями.

IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

№	Тема дисципліни
1	Стратегічне планування. Аудит конкурентів.
2	Визначення пріоритетного напрямку SEO
3	Специфіка роботи соцмереж
4	SMM-технології: платформи, аналітика
5	Аудиторія Facebook та Instagram критерії оцінювання. Інтереси, вимоги. Моделі поведінки
6	Аудиторія Telegram: критерії оцінювання. Інтереси, вимоги. Моделі поведінки.

