

Дисципліна: SMM-менеджмент

Кількість годин (кредитів ЄКТС):150 (5)

Мета навчальної дисципліни: опанування студентами системи та технологій smm-менеджменту з метою використання у своїй майбутній професійній діяльності.

Завдання навчальної дисципліни:

- вивчення особливостей різних соціальних мереж
- опанування методиці розробки проєкту просування продукту в соціальних мережах;
- розуміння параметрів, що чинять вплив на просування продукту в соціальних мережах;
- вивчення особливостей поведінки користувачів соціальних медіа.

Попередні умови для вивчення дисципліни:

«Інформаційні технології»

Навчальні цілі дисципліни полягають у формуванні у студентів:

інтегральної компетентності: здатність розв'язувати комплексні проблеми в інформаційній, бібліотечній та архівній сфері або у процесі навчання, що передбачає проведення дослідження та/або здійснення інновацій і характеризується невизначеністю умов та вимог.

загальних компетентностей:

- здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

фахових компетентностей:

- здатність використовувати інтернет-ресурси та технології для вирішення експериментальних, практичних і прогностичних завдань у галузі професійної діяльності;
- здатність застосовувати комп'ютерні технології з метою вдосконалення професійної діяльності, розуміти принципи проєктування та функціонування автоматизованих БД, семантичного вебу, вебсервісів та соціальних медіа;
- здатність застосовувати технології та процедури аналітико-синтетичного опрацювання різних видів інформації.

Програмні результати навчання:

- створювати та реалізовувати затребувані споживачами інформаційні продукти та послуги.
- розробляти моделі предметної галузі, застосовувати принципи проєктування автоматизованих БД, семантичного вебу, вебсервісів та соціальних медіа в інформаційній діяльності.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен

знати:

- понятійний та категорійний апарат щодо нових медіа;
- особливості різних соціальних медіа та специфіку побудови комунікаційної стратегії для кожної з них;
- основні принципи та відмінності нових медіа порівняно з традиційними;
- технологію просування сайту, продукту, персони у соціальних медіа.

вміти:

- визначити цільову аудиторію, завдання та комунікативну стратегію у соціальних мережах;

- розробити програму просування для певного продукту, компанії у соціальних мережах;
- формувати вектори контенту для наповнення сторінок чи спільноти у соціальних мережах;
- провести моніторинг соціальних мереж; оцінити ефективність рекламних та PR заходів у соціальних мережах; проаналізувати параметри сайту та надати пропозиції з його.

Зміст дисципліни (тематика):

Змістовий модуль I. Теоретичні аспекти соціального медіа маркетингу (SMM)

Тема 1. Вступ до соціального медіа маркетингу

Тема 2. Етапи створення SMM кампанії

Тема 3. Оцінка ефективності SMM кампанії

Тема 4. Соціальні мережі та гендер

Тема 5. Тенденції розвитку соціальних мереж

Змістовий модуль II. Практичне використання SMM

Тема 6. SMM на Facebook

Тема 7. SMM в Instagram

Тема 8. SMM в Twitter

Тема 9. Моніторинг соціальних мереж

Тема 10. Огляд сервісів для створення зображень у соціальних мережах

Види робіт: лекції, практичні заняття, модульні контрольні роботи, індивідуальні роботи студентів з викладачем, самостійна робота студентів, консультації, підготовка до заліку.

Форма підсумкового контролю: залік.