



## SSM ТА МЕДІАПРОСУВАННЯ

<b>Ступінь вищої освіти:</b>	магістр
<b>Спеціальність:</b>	061 «Журналістика»
<b>Рік підготовки:</b>	5
<b>Семестр викладання:</b>	осінній
<b>Кількість кредитів ЄКТС:</b>	3
<b>Мова(-и) викладання:</b>	українська, англійська
<b>Вид семестрового контролю</b>	залік

### **Автор курсу та лектор:**

к. н. соц. ком. Зайцева Станіслава Станіславівна

вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я та по-батькові

доцент кафедри журналістики та українознавчих студій

посада

<u>zaytseva.s@snu.edu.ua</u>	<u>+38-066-273-24-74</u>	<u>Viber, Telegram</u>	<u>за розкладом</u>
електронна адреса	телефон	месенджер	консультації

### **Викладач практичних занять:\***

к. н. соц. ком. Зайцева Станіслава Станіславівна

вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я та по-батькові

доцент кафедри журналістики та українознавчих студій

посада

<u>zaytseva.s@snu.edu.ua</u>	<u>+38-066-273-24-74</u>	<u>Viber, Telegram</u>	<u>за розкладом</u>
електронна адреса	телефон	месенджер	консультації

### **Анотація навчального курсу**

#### **Цілі вивчення курсу:**

формування у студентів системи теоретичних знань щодо особливостей використання різних інструментів соціального просування в інтернеті, функціонального призначення різних типів соціальних мереж, основних компонентів маркетингу у соціальних мережах, особливостей та технологій створення контенту для соціальних мереж, особливості просування в найбільш популярних соціальних мережах Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter тощо.

#### **Результати навчання:**

**Знання:** базові знання щодо особливостей використання інструментів соціального просування в інтернеті; ключових понять дисципліни «медіа», «SSM», «медіапросування», «маркетинг», «соціальні мережі»;

**Вміння:** розбиратися в інформаційному потоці соціальних мереж; розуміти функціональне призначення різних типів соціальних мереж; використовувати основні компоненти маркетингу у соціальних мережах; створювати контент для соціальних мереж й просувати його в найбільш популярних

**Передумови до початку вивчення:** соціальних мережах Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter тощо. Базові знання з дисциплін «Інформаційні технології», «Медіаграмотність», «Фактчекінг та верифікація»

### Мета курсу (набуті компетентності)

Вивчення даного навчального курсу призначене для формування, удосконалення та розвитку у здобувача вищої освіти наступних компетентностей:

1. ЗК02. Здатність планувати час та управляти ним.
2. ЗК03. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
3. ЗК04. Здатність спілкуватися іноземною мовою як усно, так і письмово.
4. ЗК06. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
5. ЗК07. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
6. СК03. Здатність приймати ефективні рішення у сфері журналістики.
7. СК04. Здатність управляти робочими або навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів.

8. СК07. Здатність забезпечувати та оцінювати стратегічний розвиток команди.

Що забезпечується досягненням наступних програмних результатів навчання:

1. РН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних чи суперечливих інформації та вимог.
2. РН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.
3. РН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.
4. РН11. Брати продуктивну участь у розробленні проектів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство.
5. РН13. Організувати роботу колективу, забезпечувати професійний розвиток його членів та досягнення поставлених цілей.

### Структура курсу

№	Тема	Години (Л/ЛБ/ПЗ) за формами навчання	Стислий зміст	Інструменти і завдання
1.	Поняття «соціальні мережі», монетизація соціальних мереж	денна 2/0/2  заочна 0,5/0/0,5	Поняття «соціальні мережі», їх місце в структурі сучасного суспільства. Монетизація соціальних мереж. Передумови та історія виникнення соціальних мереж. Найпопулярніші соціальні мережі у світі та в Україні.	Участь в обговоренні  Практичні завдання
2.	Просування товарів і послуг. Поняття «Social Media Marketing» (SSM)	денна 2/0/2  заочна 1/0/1	Просування товарів і послуг. Поняття «Social Media Marketing» (SSM). Соціальні медіа як форми інтернет-комунікацій. Плюси та мінуси просування в соціальних	Участь в обговоренні  Практичні завдання

№	Тема	Години (Л/ЛБ/ПЗ) за формами навчання	Стислий зміст	Інструменти і завдання
			мережах. Класифікації соціальних мереж: за тематикою, за формою спілкування, загальні, спеціалізовані.	
3.	Інструменти для просування в інтернеті	денна 2/0/4	Інструменти для просування в інтернеті. SSM як найефективніший канал цифрового маркетингу. Порівняння ефективності інструментів SMM у просуванні товарів, послуг. Вибір соціальних мереж для ефективного просування.	Участь в обговоренні Практичні завдання
4.	SMM-стратегія	денна 2/0/4	SMM-стратегія. Побудова SMM-стратегії. Детальний план цілей, прогнозів, вартості послуг тощо. Проєкт в соціальних мережах. Розробка власного проєкту, стратегія його просування.	Участь в обговоренні Практичні завдання
5.	Контент-маркетинг в соціальних мережах	денна 2/0/4	Контент-маркетинг в соціальних мережах. Створення контенту для соціальних мереж. Види контенту: графічний, текстовий, відеоконтент, аудіоконтент. Контент-план для наповнення соціальних мереж.	Участь в обговоренні Практичні завдання
6.	Просування в Facebook, Instagram, Linkedin, Youtube Tik-Tok	денна 2/0/4	Створення акаунту в Facebook. Реклама в Facebook. Створення сторінки для просування товарів, послуг у Instagram. Залучення аудиторії. Linkedin для ділової комунікації. Створення та поширення відео на Youtube. Просування власних розважальних відео та бізнес-просування на Tik-Tok	Участь в обговоренні Практичні завдання

**Classroom work. Write a report on one of the topics in English.**

1	Modes of information transfer	денна 0/0/2	Modes of information transfer. The concept of Transfer Mode. Synchronous Transfer Mode. Asynchronous Transfer Mode	Presentation. Discussion during the class
2	Information network.	денна 0/0/2	Information network. The concept of an information network. Information processes. Consumer of information. User. Information Technologies. Content. Information	Presentation. Discussion during the class

			Service	
3	Information and communications network (Infocommunication network)	денна 0/0/2	Information and communications network (Infocommunication network). Infocommunication Service. Information and communication services. Collection, storage, processing and modification of information.	Presentation. Discussion during the class
4	Network security	денна 0/0/2	Network security. Information protection. Information leakage. Network security regulations and policies. Public and private networks. Network security concepts. Authentication. Network security system	Presentation. Discussion during the class
5	Key elements of secure network services.	денна 0/0/2	Key elements of secure network services. Criteria for assessing information security. Confidentiality, Integrity and Availability. Components of information security: Confidentiality, privacy), Integrity, Availability - the CIA triad.	Presentation. Discussion during the class

#### Рекомендована література

1. Богданов М. «SMM»: Маркетинг в соціальних мережах як інструмент просування музичного контенту в мережі Інтернет/ М. Богданов // Збірник наукових праць «Мистецтвознавчі записки». № 31. 2017 р. URL: <http://journals.urau.mz/issue/view/9020>. (дата звернення: 13.11.2023).
2. Використання соціальних мереж (Посібник ЄС в Україні): посібник. Київ. 2020. 47 с.
3. Виноградова О.В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах: посібник. ДУТ: Київ. 2022. 202 с.
4. Горбаль Н.І. Професія SMM-маркетолога в Україні: проблеми та перспективи / Н.І. Горбаль, К.О. Ільницька, С.Б. Романишин // Бізнес Інформ. 2018. №12. С. 477– 482. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2018\\_12\\_71](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_12_71). (дата звернення: 13.11.2023).
5. Комп'ютерні мережі: навч. посіб. для студ. спеціальності 121 «Інженерія програмного забезпечення» та 126 «Інформаційні системи та технології», спеціалізації «Інженерія програмного забезпечення інформаційно управляючих систем» та «Інформаційне забезпечення робототехнічних систем»/ Б. Ю. Жураковський, І.О. Зенів. Київ: КПІ ім. І. Сікорського, 2020. 336 с.
6. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін.; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми: СумДУ, 2021. 259 с.
7. Стрихалюк Б. М. Теорія побудови та протоколи інфокомунікаційних мереж: Конспект лекцій. Львів: Львівська політехніка, 2017. 121 с.
8. Швидка SMM-допомога: як використовувати соціальні мережі для розвитку організації та особистого бренду? ТОП 12 порад від експертів : навч. посіб. / Л. Гуляєва, О. Вовк-Собіна, Г. Заїко та ін. Київ : АПСВТ, 2021. 31 с.

9. Iankova, S., Davies, I., Archer-Brown, C., Marder, B., & Yau, A. A comparison of social media marketing between B2B, B2C and mixed business model. *Industrial Marketing Management*. Volume 81. 2019. P. 169–179. URL: [https://www.researchgate.net/publication/321622431\\_A\\_Comparison\\_of\\_Social\\_Media\\_Marketing\\_Between\\_B2B\\_B2C\\_and\\_Mixed\\_Business\\_Models](https://www.researchgate.net/publication/321622431_A_Comparison_of_Social_Media_Marketing_Between_B2B_B2C_and_Mixed_Business_Models). (дата звернення: 13.11.2023).
10. Kannan, P. K. Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*. 34(1). 2017. P. 22–45. URL: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3000712](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3000712). (дата звернення: 13.11.2023).
11. Rosohata A., Nesterenko V., Khomenko L., Kropyva V., Marketing communications in the context of entrepreneurial activity: bibliometric analysis. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2021. 3. С. 77–282. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87919>. (дата звернення: 13.11.2023).
12. Tariq, E., Alshurideh, M., Akour, I., & Al-Hawary, S. (2022) The effect of digital marketing capabilities on organizational ambidexterity of the information technology sector. *International Journal of Data and Network Science*, 6. P. 1–8. URL: [https://www.mstj.net/article\\_704432\\_a167e2e626e2e6b0a03e90f0ab36abe1.pdf](https://www.mstj.net/article_704432_a167e2e626e2e6b0a03e90f0ab36abe1.pdf). (дата звернення: 13.11.2023).
13. Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6). P. 703–708. URL: <https://iranarze.ir/wp-content/uploads/2016/11/E2650.pdf>. (дата звернення: 13.11.2023).

#### Методичне забезпечення

1. eCampus СНУ ім. Володимира Даля (платформа електронного навчання та документообігу (<http://moodle2.snu.edu.ua/course/view.php?id=6607>)).
2. Шевчук І.Б. Бізнес у соціальних мережах: Конспект лекцій./ І.Б. Шевчук. ЛНУ ім. Франка. Львів. 2020. 15 с.

#### Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт СНУ ім. Володимира Даля (<https://snu.edu.ua/>).
2. Платформа сайтів кафедр (<https://deps.snu.edu.ua/>).
3. eCampus СНУ ім. Володимира Даля (платформа електронного навчання та документообігу (<http://moodle2.snu.edu.ua/>)).
4. Сайт наукової бібліотеки СНУ ім. Володимира Даля (<http://library.snu.edu.ua/>).
5. Інституційний репозиторій СНУ ім. Володимира Даля (<https://dspace.snu.edu.ua/home>)

#### Оцінювання курсу

За повністю виконані завдання студент може отримати визначену кількість балів:

Інструменти і завдання	Кількість балів
Участь в обговоренні	20
Тести	25
Індивідуальні завдання	25
Заліковий тест	30
<b>Разом</b>	<b>100</b>

#### Оцінювання курсової роботи

Осінній семестр викладання.

Написання курсової роботи **70 балів**.

Захист курсової роботи **30 балів**.

Разом **100 балів**.

### Шкала оцінювання студентів

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS
90–100	A
82–89	B
74–81	C
64–73	D
60–63	E
35–59	FX
0–34	F

### Політика курсу

*Плагіат та академічна доброчесність:*

Під час виконання завдань студент має дотримуватись політики академічної доброчесності. Запозичення мають бути оформлені відповідними посиланнями. Списування є забороненим.

*Завдання і заняття:*

Всі завдання, передбачені програмою курсу мають бути виконані своєчасно і оцінені в спосіб, зазначений вище. Аудиторні заняття мають відвідуватись регулярно. Пропущені заняття (з будь-яких причин) мають бути відпрацьовані з отриманням відповідної оцінки не пізніше останнього тижня поточного семестру. В разі поважної причини (хвороба, академічна мобільність тощо) терміни можуть бути збільшені за письмовим дозволом декана.

Студент може пройти певні онлайн-курси, які пов'язані з темами дисципліни, на онлайн-платформах. При поданні документу про проходження курсу студенту можуть бути зараховані певні теми курсу та нараховані бали за завдання.

*Поведінка в аудиторії:*

На заняття студенти вчасно приходять до аудиторії відповідно до чинного розкладу та обов'язково мають дотримуватись вимог техніки безпеки.

Під час занять студенти:

- не вживають їжу та жувальну гумку;
- не залишають аудиторію без дозволу викладача;
- не заважають викладачу проводити заняття.

Під час контролю знань студенти:

- є підготовленими відповідно до вимог даного курсу;
- розраховують тільки на власні знання (не шукають інші джерела інформації або «допомоги» інших осіб);
- не заважають іншим;
- виконують усі вимоги викладачів щодо контролю знань.