

АНОТАЦІЯ ЗМІСТУ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «SMM»

Вибіркова навчальна дисципліна

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг і реклама

Викладач дисципліни: к.е.н., доцент Лиса С.С.

Результати навчання.

опанування студентами основ соціального медіа маркетингу з метою використання у своїй майбутній професійній діяльності. Для досягнення мети поставлені такі основні завдання: розглянути особливості різних соціальних мереж та специфіки їх аудиторій; вивчити принципи створення контенту для різних соціальних медіа; розробити СММ кампанію для обраного бренду/продукту. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати: особливості різних соціальних медіа та специфіку побудови комунікаційної стратегії для кожної з них; понятійний та категорійний апарат щодо соціальних медіа; основні принципи розвитку аудиторії у соціальних мережах; критерії якості та оцінки ефективності СММ кампанії, таргетованої рекламної кампанії;

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 сайту, сторінок чи спільноти у соціальних мережах; провести моніторинг соціальних мереж; обґрунтувати власну позицію з питань управління рекламною комунікацією та паблік рілейшнз.

Зміст. На зміну традиційним медіа – преса, радіо, телебачення, кіно – прийшли нові медіа – соціальні мережі, блоги, вікі, інтернет-плеєри, теле- та радіоканали. Саме перехід до такого формату, який відрізняється активністю користувачів, їхньою здатністю бути генераторами контенту, учасниками дискусії, створив потребу у вивченні, опануванні та управлінні новими медіа. Нові медіа спричинили появу нових типів діяльності контексної чи таргетованої реклами, соціального медіа маркетингу. Метою навчальної дисципліни є опанування студентами основ СММ з метою використання у своїй майбутній професійній діяльності.