

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
_____ О. Б. Жильцов
« _____ » _____ 2022 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

З каталогу вибіркових дисциплін

ПРОМОЦІЯ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

для студентів

спеціальностей

061 Журналістика; 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа; 012 Дошкільна освіта; 013 Початкова освіта; 016 Спеціальна освіта; 017 Фізична культура і спорт; 022 Дизайн; 023 Образотворче мистецтво; 025 Музичне мистецтво; 033.00.01 Філософія; 035 Філологія; 053 Психологія; 073 Менеджмент; 081 Право; 111 Математика; 231 Соціальна робота; 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії

рівня вищої освіти *першого (бакалаврського)*

Київ - 2022

Розробник:

Курбан Олександр Васильович, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, кандидат наук із соціальних комунікацій

Викладач:

Курбан Софія Олександрівна, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол № 8 від 11 січня 2022 року

Завідувач кафедри  Л.М. Новохатько

Робочу програму перевірено

_____ 202__ р.

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи  О.І. Стадніченко

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	вибіркова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120	-
Курс	3	-
Семестр	6	-
Кількість змістових модулів з розподілом	4	-
Обсяг кредитів	4	-
Обсяг годин, в тому числі:	120	-
Аудиторні	56	-
Модульний контроль	8	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	56	-
Форма семестрового контролю	ЗАЛК	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни “Промоція у соціальних мережах” - ознайомлення з базовими положеннями сучасних хай-тек та хай-х’юм технологій, оволодіння студентами основами знань про сучасні технічні засоби комунікації, здобуття навичок та вмінь у застосуванні інтернет-технологій та інструменти SMM в галузі реклами, PR та медіакомунікацій.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати *загальні компетентності*, зокрема такі:
 - Спрямованість на розкриття особистісного потенціалу та самореалізацію. Прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху.
 - Міжособистісна взаємодія. Готовність та здатність виконувати проекти у складі групи, брати на себе відповідальність за виконання спільних робіт.
- розвивати *фахові компетентності*:
 - розуміння загальних закономірностей та принципів розвитку сучасних цифрових технологій;

- вміння працювати (розробляти та використовувати в роботі) із управлінською маркетинговою, рекламною, PR та консалтинговою документацією (маркетингова концепція, маркетинговий план, корпоративна комунікаційна концепція, план рекламної кампанії, PR-план, Бренд-бук та ін.);
- проведення профільних досліджень на первинному та глибинному рівні;
- вміння планувати та реалізовувати управлінські завдання.

Фахові компетентності формуються у Центрі мультимедійних технологій; Інформаційно-аналітичному центрі Інституту журналістики Університету Грінченка.

3.Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання:

- знати базові цифрові технології, що використовуються у рекламі та зв'язках з громадськістю;
- вміти розробляти та реалізовувати рекламні та PR-акції, а також рекламні та PR-кампанії у мережі Інтернет;
- знати базовий інструментарій сучасних цифрових технологій;
- передбачати тенденції та перспективи розвитку інформаційно-комунікаційних технологій;
- розуміти основний контекст алгоритму діяльності фахівця із SMM, SEO, інтернет-реклами та ін. (дослідження, планування, реалізація, оцінка ефективності);
- проводити профільні дослідження (опитування, моніторинг, комплексний аналіз у соцмережах та Google-analytic);
- оцінювати ефективність цифрових комунікаційних процесів.

4. Структура навчальної дисципліни

№	Назви теоретичних розділів	Розподіл годин між видами робіт					
		Усього	Аудиторних				Самостійна
			Лекції	Семінари	Практичні	Модульний контроль	
Модуль I. СУЧАСНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ: ЗАСОБИ СУПРОВОДЖЕННЯ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ							
1	Типологія та класифікація сучасних комунікаційних технологічних засобів	28	4		10		14
	Модульна контрольна робота №1	2				2	
	<i>Разом</i>	30	4		10	2	14
Модуль II. Інтернет-технології в структурі сучасних соціокомунікативних процесів							
2	Інтернет-технології в структурі сучасних соціокомунікативних процесів	28	4		10		14
	Модульна контрольна робота №2	2				2	
	<i>Разом</i>	30	4		10	2	14
Модуль III. СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ							
3	Інформаційна глобалізація індустріального суспільства в форматі технології Web 1.0	28	4		10		14
	Модульна контрольна робота №3	2				2	
	<i>Разом</i>	30	4		10	2	14
Модуль IV. ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОГО МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА							
4	Технології формування та розвитку віртуального мережевого суспільства в контексті технології Web 2.0	28	4		10		14
	Модульна контрольна робота №4	2				2	
	<i>Разом</i>	30	4		10	2	34
	Всього за навчальним планом	120	16		40	8	56

5. Програма навчальної дисципліни

Модуль I.

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ: СУПРОВОДЖЕННЯ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Тема 1. Типологія та класифікація сучасних комунікаційних технологічних засобів

Соціальна комунікація в епоху гуманітарних технологій. Сучасні гаджети в роботі фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю. Технологічні методи та інструменти реалізації лінійної моделі соціокомунікаційного процесу. Методи та технології супроводження циклічної моделі соціокомунікаційного процесу.

Модуль II.

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В СТРУКТУРІ СУЧАСНИХ СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ

Тема 2. Інтернет-технології в структурі сучасних соціокомунікативних процесів

Історія зародження та розповсюдження інтернет-технологій. Глобалізація людського суспільства в форматі інтернет-технологій. Народження та розповсюдження сучасної кіберкультури. Інтернет-технології в окремих сегментах сучасного суспільства.

Модуль III.

СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ

Тема 3. Інформаційна глобалізація індустріального суспільства в форматі технології Web 1.0

Структура та загальна характеристика інтернет-технологій в форматі Web 1.0. Типологія та класифікація базових одиниць в системі Web 1.0. Структура та загальна характеристика типового веб-порталу. Специфіка та особливості практичного використання веб-порталів в контексті діяльності фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю.

Модуль IV.

ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОГО МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА

Тема 4. Технології формування та розвитку віртуального мережевого суспільства в контексті технології Web 2.0

Структура та загальні принципи застосування технологій Web 2.0 в системі сучасних соціальних комунікацій. Технології SEO та SMO, як інструменти в роботі фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю. Структура та загальна характеристика сучасних інструментів SMM. Соціальна мережа Facebook: структура та принципи розбудови соціальних комунікацій. Правила та принципи

роботи в мережі VKontakte. Блогосфера в системі сучасних соціальних мереж. LivetJornal, як інструмент промоції корпоративних структур та персоналій. LinkedIn, як інструмент професійної промоції та пошуку партнерів в мережі інтернет. Однокласники.ru, як інструмент дозвілля та промоції тематичних проєктів.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	2	2	2	2	2	2
Відвідування на практичному занятті	1	5	5	5	5	5	5	5	5
Робота на практичному занятті	10	5	50	5	50	5	50	5	50
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>			92		92		92		92
Максимальна кількість балів	368								
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $368:100=3,68$ Студент набрав: 351 бал Оцінка за результатами поточної роботи: $351:3,68 = 95$ балів (зараховано А)								

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Модуль I

Самостійна робота 1

СУЧАСНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ХАЙ-ТЕК

1. Скласти загальний перелік сучасних гаджетів для розбудови ефективних соціальних комунікацій.
2. Зробити порівняльну характеристику інструментального пулу рекламистів та піарників.

3. Оцінити переваги та недоліки сучасних технічних засобів супроводження комунікаційних процесів.

Самостійна робота 2
СУЧАСНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА
ТЕХНОЛОГІЇ ХАЙ-Х'ЮМ

1. Визначити сучасні гуманітарні (управлінські) технології, що забезпечують комунікаційні процеси в рекламі та PR.
2. Перерахувати їх різновиди.

Модуль II
Самостійна робота 1
СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ

1. Скласти перелік базових інструментів промоції веб-ресурсів в соціальних мережах.
2. Визначити технології промоції змістовної інформації в соціальних мережах.
3. Розробити типові пакети пропозицій з промоції текстуальної інформації.

Самостійна робота 2
СУЧАСНА КІБЕРКУЛЬТУРА ТА ОСОБЛИВОСТІ
РОЗБУДОВИ ГРОМАДСЬКИХ КОМУНІКАЦІЙ

1. Визначити структуру та базові складові сучасної кіберкультури.
2. Описати їх використання у реалізації корпоративних комунікаційних процесів.

Модуль III
Самостійна робота 1
СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ

1. Описати сучасний рівень розвитку технологій Web 2.0.
2. Визначити роль та місце соціальних медіа в роботі PR-фахівців.
3. Зробити систематизацію інструментів SMM-менеджера.

Самостійна робота 2
СТВОРЕННЯ ТА ПРОМОЦІЯ МЕРЕЖЕВИХ МЕДІА-ХОЛДИНГІВ

1. Визначити сутність сучасних мережеских медіа-холдингів.
2. Описати їх типову структуру та принципів функціонування.

Модуль IV
Самостійна робота 1
ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОГО
МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА

- Самостійна робота 1**
1. Визначити структуру та загальні принципи застосування технологій Web 2.0 в системі сучасних соціальних комунікацій.
 2. Дати опис технологіям SEO та SMO, як інструменти в роботі фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю.
 3. Описати структуру та загальна характеристика сучасних інструментів SMM.

Самостійна робота 2

ЦИФРОВЕ СУСПІЛЬСТВО МАЙБУТНЬОГО: ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ, ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ, АВТОМАТИЗОВАНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ

1. Визначення понять автоматизованих систем управління інформаційними процесами в мережі інтернет.
2. Визначення понять Інтернет формату web 4.0, штучний інтелект, штучні нейронні мережі, інтернет речей, алгоритми ройового інтелекту.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом у вигляді письмової відповіді або презентації власного проекту (виконання ситуаційного завдання).

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 4, виконання кожної роботи є обов'язковим. Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Модульна контрольна робота № 1

Завдання:

1. Відповісти на теоретичні запитання.
2. Розробити схему створення контенту (на вибір студента).

Теоретичні питання:

1. Історія створення та розвитку мережі Інтернет.
2. Розвиток інтернет технологій у форматі web 1.0
3. Розвиток інтернет технологій у форматі web 2.0
4. Розвиток інтернет технологій у форматі web 3.0
5. Сучасні гаджети в роботі фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю.
6. Інтернет-технології в окремих сегментах сучасного суспільства.

Практичні завдання:

1. Скласти карту інформаційного поля сучасного інформаційного суспільства
2. Скласти карту інформаційного комунікаційного процесу із визначенням таких елементів, як:

- меседж;
- кодування меседжу;
- трансляція меседжу;
- декодування меседжу;
- усвідомлення меседжу.

Модульна контрольна робота № 2

Завдання:

1. Відповісти на теоретичні запитання.
2. Розробити просування контенту (на вибір студента).

Теоретичні питання:

1. Визначення поняття сайту. Типологія і класифікація.
2. Етапи розробки сайту.
3. Сайт-візитівка: структура та принципи використання.
4. Корпоративний сайт з елементами порталу: структура та функції.
5. Галузевий портал: структура та функції.
6. Тематичний портал: структура та практичні шляхи промоції.

Практичні завдання:

1. Розробити проєкт сайту-візитівки.
2. Розробити проєкт корпоративного сайту.
3. Розробити проєкт галузевого порталу.

Модульна контрольна робота № 3

Завдання:

1. Відповісти на теоретичні запитання.
2. Розробити просування контенту (на вибір студента).

Теоретичні питання:

1. Місце та значення сайтів в структурі мережевих медіа-холдингів.
2. Типологія та класифікація сайтів.
3. Он-лайн сервіси із створення та управління сайтами.
4. Параметри та загальна характери та функціоналу он-лайн сервісу із створення сайтів Bitrix.
5. WordPress: специфіка та особливості використання для створення сайтів.
6. TOP-10 провідних CMS сервісів.

Практичні завдання:

1. Розробити обґрунтування обрання CMS сервісу для створення сайту для проєкту.
2. Розробити схему управління сайтом, що є базовим он-лайн майданчиком мережевого медіа-холдингу.

Модульна контрольна робота № 4

Завдання:

1. Відповісти на теоретичні запитання.
2. Розробити просування контенту (на вибір студента).

Теоретичні питання:

1. Методи та засоби проведення досліджень у соціальних мережах.
2. Інструменти та засоби просування контенту у Facebook.
3. Функціональні можливості із просування контенту у Instagram.
4. Промоція контенту месенджерах (Telegram, Viber, WhatsApp).
5. Створення та промоція сторінок подій у Facebook.
6. Створення та розкрутка сторінки проекту у Instagram.

Практичні завдання:

1. Розробити Google-анкету для проведення опитування.
2. Розробити пропозиції щодо промоції проекту у Facebook.
3. Розробити схему промоції проекту у Instagram.

Критерії оцінювання:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теоретичних знань та практичних навичок, отриманих у процесі вивчення навчальної дисципліни;
- 2) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 3) уміння наводити приклади з консалтингової практики, аналізувати існуючі заходи та класифікувати їх;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;
- 5) логіка, структура, стиль підготовки власного проекту, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- 6) повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально у 25 балів.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульних контрольних робіт. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі заліку і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу за результатами поточної роботи.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре Добре	82-89 75-81
Задовільно Достатньо	69-74 60-68
Незадовільно	0-59

7. Рекомендовані джерела

Основна (базова):

1. Бабаев А. Контекстная реклама / А. Бабаев, Н. Евдокимов, А. Иванов. – СПб.: Питер, 2012. – 304 с.
2. Коньк Д., Рендер С. Расставьте сети. Как использовать Интернет в интересах вашего бизнеса / Д. Коньк. С.Рендер. – К.: ООО «Компания ЛИК», 2011. – 120 с.
3. Курбан О.В. Диагностика та моделювання PR-процесів [монографія] / А.В.Курбан. – К.: Українська конфедерація журналістів, 2012. - 157 с.
4. Тодорова О. ПР в цифровую эпоху. К., 2017.
5. Халилов Д. 100 инструментов SMM-продвижения [Електронний ресурс] / Дамир Халилов // Маркетинг в социальных сетях: секреты и советы. - URL:<http://www.seowrite.ru/>

Додаткова:

1. Пользователи Интернет в Украине: характеристики и прогноз численности [электронный ресурс] // InMind factor group. – URL:<http://www.inmind.com.ua/press/publications/188/>
2. Рагимова С. Найди меня, если сможешь [Електронний ресурс] / С.Рагимова // Sostav.ru . - URL: <http://www.sostav.ru/articles/2010/06/16/ko1/>

15. Інформаційні ресурси

1. Социальный медиа маркетинг [электронный ресурс] //Словарь Социальный Медиа Маркетинг. – URL: <http://neoproseo.tumblr.com/post/22706583590>
2. Интернет в Украине [электронный ресурс] //Википедия. – URL:<http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%BD%D0%B0%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5>

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ

"ПРОМОЦІЯ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ "

Разом: 120 год., лекції – 16 год., практичні заняття – 40 год.,
мк – 8, самостійна робота – 56 год., залік

Модулі	Змістовий модуль I	Змістовий модуль II	Змістовий модуль III	Змістовий модуль IV
Назва модуля	СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ СУПРОВОДЖЕННЯ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В СТРУКТУРІ СУЧАСНИХ СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ	СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ	ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОГО МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА
Кількість балів за	92 б.	92 б.	92 б.	92 б.
Лекції	2 б.	2 б.	2 б.	2 б.
Теми лекцій	Типологія та класифікація сучасних комунікаційних технологічних засобів	Інтернет-технології в структурі сучасних соціокомунікативних процесів	Інформаційна глобалізація індустріального суспільства в форматі технології Web 1.0	Технології формування та розвитку віртуального мережевого суспільства в контексті технології Web 2.0
Практичні заняття	Сучасні комунікаційні інструменти та технології хай-тек 5+50 б.	Сучасна кіберкультура та особливості розбудови громадських комунікацій 5+50 б.	Лінійна комунікація в форматі web .0 5+50 балі	Технології оптимізації веб-ресурсів 5+50 б.
Самост. робота	10 балів	10 балів	10 балів	10 балів
Види поточ	Модульна контрольна робота 1 25 б.	Модульна контрольна робота 2 25 б.	Модульна контрольна робота 3 25 б.	Модульна контрольна робота 4 25 б.
Усього 368 балів				