

Назва. Маркетинг у соціальних мережах.

Тип. Вибіркова.

Рік навчання. 2022–2023.

Семестр. VII.

Кількість кредитів ЄКТС. 5.

ПІБ лектора, науковий ступінь, посада. Ларіна К.В., к.е.н., доцент.

Результати навчання.

вміння використовувати соціальні мережі відповідно до поставлених цілей організації;

здатність визначати стратегію присутності організацій та персональних брендів в соціальних мережах;

здатність планувати контент-стратегію і певні активності компанії в соціальних мережах, а також вміння генерувати контент;

здатність приймати рішення щодо тону комунікацій з цільовою аудиторією;

вміння ефективно використовувати SMM-інструменти, допоміжні програми та сервіси;

вміння та практичні навички щодо ведення сторінок в соціальних мережах: Facebook, Instagram, Twitter та інших;

здатність до лідогенерації з соціальних мереж, вміння запускати рекламні кампанії та налаштувати таргетовану рекламу;

вміння працювати з блогерами та лідерами думок;

вміння проводити моніторинг трендів в сфері SMM та своєчасно коригувати стратегію;

вміння працювати з негативом;

здатність визначати KPI в соціальних мережах та проводити аналіз ефективності з метою постійного удосконалення.

Обов'язкові попередні навчальні дисципліни. Менеджмент, Маркетинг, Самоменеджмент, Крос-культурний менеджмент, Стратегічний менеджмент

Зміст.

Основи Social Media Marketing. Сучасні тренди SMM. Стратегії присутності та особливості монетизації соціальних мереж. Сутність та види контенту. Вимоги до контенту та його особливості в різних соціальних мережах. Базові правила копірайтингу. Сторітеллінг. Блогінг. Просування в Інстаграмі. Просування в Фейсбук. Стратегії рекламних кампаній для різних видів бізнесу. Основи лідогенерації та воронки продажів. Алгоритм запуску рекламних кампаній в соціальних мережах. Основні SMM-інструменти та програмні продукти. Оцінка ефективності роботи SMM-менеджера.

Рекомендовані джерела.

1. Вайнерчук Г. Лайкни мене. Економіка благодарности / Гарри Вайнерчук. – М.: «Альпина Паблішерз», 2012. – 300 с.

2. Каплунов Д. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете / Денис Каплунов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 496 с.

3. Каплунов Д. Нейрокопирайтинг. 100+ приемов влияния с помощью текста / Денис Каплунов. – М.: ЭКСМО, 2011. – 320 с.

4. Кеннеди Д. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум / Дэн Кеннеди, Ким Уэлш-Филлипс. – М.: «Альпина Паблишерз», 2017. – 302 с.

5. Манелова Д. Как зарабатывать в Instagram / Дарья Манелова. – «Альпина Диджитал», 2019. – 190 с.

6. Маркетинг в социальных медиа. Просто о главном / Джейсон Фоллс, Эрик Декерс. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 336 с.

7. Сенаторов А. Бизнес в Instagram: От регистрации до первых денег / Артем Сенаторов. – 2-е изд. – М.: «Альпина Паблишерз», 2016. – 156 с.

8. Скотт Д. Новые маркетинга и PR: как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем / Дэвид Скотт; пер. с англ. – М.: «Альпина Паблишерз», 2011. – 349 с.

9. Соболева Л. Феномен Инстаграма / Любовь Соболева. – М.: АСТ, 2017. – 220 с.

10. Солодар М. Воронка продаж в Интернете / Мария Солодар. – М.: ЭКСМО, 2018. – 240 с.

11. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов. – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.

Методи навчання.

Лекції та лабораторні заняття з використанням інформаційних технологій.

Методи оцінювання:

- поточний контроль (опитування);
- підсумкова контрольна робота
- підсумковий контроль (іспит).

Мова навчання. Українська.