

<b>Базова інформація про дисципліну</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	<b>Інтернет-комунікації</b>
<b>Рівень вищої освіти / фахової передвищої освіти</b>	Перший (бакалаврський)
<b>Семестр</b>	I семестр
<b>Кафедра/циклова комісія</b>	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу
<b>Анотація курсу</b>	Метою цього курсу є поглиблення знань студентів про теорії та підходи, які стосуються того, як Інтернет та соціальні медіа (блоги, мікроблоги, вікі, сайти соціальних мереж, месенджери, створені користувачами змістові сайти тощо) формують суспільство та сприяють розвитку бізнесу. Завдання полягає в тому, щоб покращити здатність студентів критично розмірковувати про те, в якому суспільстві ми живемо та про роль цифрових медіа в сучасному суспільстві.
<b>Сторінка курсу в MOODLE</b>	<a href="http://78.137.2.119:1919/m72/course/index.php?categoryid=127">http://78.137.2.119:1919/m72/course/index.php?categoryid=127</a>
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Лектор курсу</b>	викладач Залозна Таміла Григорівна канали комунікації: СДН «Moodle»: повідомлення в чаті ел.пошта: lobunectamila@gmail.com, тел. 096-695-41-06 (Viber, Telegram), Facebook Messenger: <a href="https://m.me/tamilazalozna/">https://m.me/tamilazalozna/</a>
<b>Місце дисципліни в освітній програмі</b>	
<b>Перелік загальних компетентностей (ЗК)</b>	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. Здатність працювати в команді
<b>Перелік спеціальних компетентностей (СК)</b>	Здатність візуалізувати творчі задуми при створенні об'єктів дизайну. Здатність використовувати програмне забезпечення для вирішення професійних завдань. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт на всіх етапах розробки об'єкту (продукту) дизайну. Здатність здійснювати міжособистісну, соціальну та професійну комунікацію в процесі виконання професійних завдань.

	<p>Здатність проявляти ініціативу та креативні підприємницькі навички.</p> <p>Здатність планувати та управляти процесом виконання дизайнерського завдання.</p> <p>Здатність до професійного просування власних творчих компетентностей на ринку праці.</p> <p>Здатність презентувати результати власної та/або командної творчої діяльності, у тому числі продукт дизайну перед різними аудиторіями.</p>
<b>Перелік програмних результатів навчання</b>	<p>Застосовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології для пошуку та аналізу необхідної інформації у вирішенні практичних проблем.</p> <p>Використовувати для творчого самовираження успішні українські та закордонні дизайнерські практики, засоби національної ідентифікації.</p> <p>Створювати макет (модель) об'єкту (продукту) дизайну для демонстрації творчого задуму.</p> <p>Застосовувати відповідне програмне забезпечення для виконання конкретного дизайнерського завдання.</p> <p>Демонструвати навички командної роботи, міжособистісної, соціальної та переговорної взаємодії з іншими.</p> <p>Розуміти і сумлінно виконувати свою частину роботи в команді; визначати пріоритети професійної діяльності.</p>
<b>Опис дисципліни</b>	
<b>Структура навантаження на студента</b>	<p>Загальна кількість годин – 90</p> <p>Кількість кредитів – 3</p> <p>Кількість лекційних годин – 22</p> <p>Кількість практичних занять – 23</p> <p>Кількість годин для самостійної роботи студентів – 45</p> <p>Форма підсумкового контролю – залік.</p>
<b>Методи навчання</b>	<p>Вербальний метод; пояснювально-демонстраційний метод; метод проблемного викладання; репродуктивний метод; робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації).</p>
<b>Зміст дисципліни</b>	
Тема 1. Створення маркетингової стратегії для просування бізнесу в Інтернеті	<p>Необхідність та створення стратегії просування в мережі Інтернет. Цілі просування. Бриф. Воронка продажів.</p>
Тема 2. Створення та оформлення сторінки для бізнесу у соціальних мережах	<p>Соціальні мережі для бізнесу. Бізнес-акаунт в Instagram: налаштування та необхідність для підприємства. Упаковка та оформлення акаунту. Налаштування безпеки акаунту. Помилки при оформленні акаунту.</p>
Тема 3. Ефективний контент-маркетинг	<p>Легенда бренду. Задачі акаунту. Аналіз конкурентів. Рубрики та види контенту. Механіки захоплення уваги підписників. Контент-стратегія. Контент-план та хостинг. Дизайн акаунту. Комунікація з аудиторією. Статистика та аналітика роботи. Тренди.</p>

Тема 4. Візуальний контент	Види візуального контенту. План організації зйомок. Основи фотографії: фото та відеозйомка, зйомка предметів, зйомка людей, зйомка закладів, flat lay, каталожна зйомка одягу, зйомка особистого бренду. Оброблення: корекція кольору, заміна фону, пластика, малюнки та анімація, шаблони, монтаж, лайфхаки.
Тема 5. Копірайтинг для бізнесу та особистого бренду	Копірайтинг, рерайтинг, постинг та неймінг. Топе of voice. Написання ефективних заголовків: методики. Прийоми написання постів, структура посту. Типи постів: інформаційний, продажний, приваблюючий, сторітелінг, тощо.
Тема 6. Таргетована реклама	Таргетована реклама у Facebook та Instagram. Правила рекламної діяльності і бани. Отримання доступу. Цілі реклами: трафік, промоут. Види аудиторій. Стратегії та креативи. Відеокреативи в Supra.
Тема 7. Блогерство	Маркетинг впливу. Види блогерів: умови та формати співпраці. Пошук та аналіз блогера. Технічне завдання для блогера. Аналітика роботи з блогерами.
Тема 8. Запуск та аналітика реклами	Запуск реклами через Facebook Manager. Параметри аналізу реклами: ціна за результат, CTR, CPM, вартість і якість ліда, кількість результатів, частота результатів. Приклади показників у різних нішах. Рентабельність реклами. Розрахунок ключових показників та декомпозиція.
<b>Політика дисципліни</b>	
<b>Політика відвідування</b>	Регулярне відвідування всіх видів занять, своєчасність виконання самостійної роботи. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання зорганізується в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.
<b>Політика щодо дедайлнів та перекладання</b>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.
<b>Академічна доброчесність</b>	У випадку недотримання політики академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво) передбачено повторне проходження оцінювання.
<b>Система оцінювання</b>	
<p>Поточний контроль здійснюється протягом семестру під час проведення практичних, семінарських та інших видів занять і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту отримати атестацію з предмету – 60 балів); підсумковий/ семестровий контроль, проводиться у формі заліку, відповідно до графіку навчального процесу.</p> <p>Підсумкова оцінка за умови заліку виставляється як загальна сума балів, набраних за результатами поточного контролю.</p>	
<b>Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни</b>	
<b>Види навчальної роботи</b>	<b>Мах кількість балів</b>
Виконання завдань на семінарських заняттях (5 завдань)	20
Експрес-контрольні (5 к.р.)	20

Модульні контрольні роботи (2 к.р.)	30	
Розробка стратегії просування бізнесу в Інтернеті	10	
Підготовка контенту для бізнесу: акаунт, пости, візуал	10	
Запуск таргетованої реклами та робота з блогерами	10	
Разом	100	
<b>Шкала оцінювання</b>		
<b>ECTS</b>	<b>Бали</b>	<b>Зміст</b>
<b>A</b>	90-100	Бездоганна підготовка в широкому контексті
<b>B</b>	80-89	Повні знання, міцні вміння
<b>C</b>	70-79	Хороші знання та вміння
<b>D</b>	65-69	Задовільні знання, стереотипнівміння
<b>E</b>	60-64	Виконання мінімальних вимог діяльності в стандартних умовах
<b>FX</b>	35-59	Слабкі знання, відсутність умінь
<b>F</b>	1-34	Необхідний повторний курс

### Список рекомендованих джерел

1. Hackley C. Advertising and Promotion. THIRD EDITION. Royal Holloway University of London, UK, School of Management. 2014. 360 p.
2. Hansen E. Strategic Marketing in the Global Forest Industries - Third Edition. Oregon State University, 2018. 327 p.
3. Stokes R. eMarketing: The Essential Guide to Marketing in a Digital World - 6th Edition. Quirk eMarketing. 2018. 318 p.
4. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник / О.С.Братко. Тернопіль : Карт-бланш, 2018. 275 с.
5. Використання соціальних мереж. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. 2020. 47 с. – Режим доступу: <https://www.euam-ukraine.eu/wp-content/uploads/2020/09/Working-with-Social-Media-Compendium-UKRAINIAN-AUGUST-2020-FOR-PUBLICATION.pdf>
6. Лищенко М.О., Устік Т.В. Маркетингові комунікації. Опорний конспект в схемах і таблицях для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» ОКР «бакалавр». Суми, 2019. 110 с.
7. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навчально-методичний посібник для сам. вивч. дисципліни. Київ : КНЕУ, 2018. 272 с.Примак Т.О. Маркетингові комунікації: Навчальний посібник / Т.О. Примак. Київ : Ельга, Ніка-Центр, 2018. 280 с.
8. Філіна О. Facebook-ефект для бізнесу та самопіару. Книга-тренінг для просування у Facebook. Київ : «Агенція. Айпію», 2014. 180 с.

