



Факультет
економіки і
менеджменту



SMM-МАРКЕТИНГ



Хто викладач курсу?

Старший викладач
кафедри маркетингу
та логістики

Гуцал
Тетяна Іванівна



Детальніше про викладача тут:

<https://eim.snau.edu.ua/kafedri/marketingu-ta-logistiki/sklad-kafedri/gucal-tetyana-ivanivna/>



МЕТА ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ:

сформувати у здобувачів вищої освіти комплекс знань та вмінь щодо підготовки, створення та управління контентом в медіапросторі

ЗАВДАННЯ ДИСЦИПЛІНИ:

оволодіти основами SMM-маркетингу у контексті процесів цифрової трансформації;
управляти контентом для підприємства через формати ситуативного контент-маркетингу та роботи у реальному часі;
аналізувати успішні SMM-стратегії просування компанії-лідера та розробляти контент-план облікового запису соціальної мережі;
проводити оцінку ефективності контент-плану, а також виявляти комунікативні та репутаційні ризики SMM-маркетингу

Вивчивши курс, ви отримаєте відповіді на такі питання як:



Які соціальні мережі обрати для різних типів бізнесу?

Що таке SMM і яку роль він відіграє у просуванні бізнесу?

Які інструменти автоматизації допоможуть економити час і гроші?



Як будувати стратегію SMM – від аналізу цільової аудиторії до оцінки ефективності?

Як створювати контент, який привертає увагу та стимулює залучення аудиторії?

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ:

Тема 1. Соціальні мережі в структурі сучасного суспільства.

Тема 2. Етапи створення SMM кампанії. SMM стратегії.

Тема 3. Сутність копірайтингу, його завдання та функції.

Тема 4. Контент та його просування в соціальних мережах

Тема 5. Інструменти активності користувачів у соціальних мережах.

Тема 6. Ефективність роботи в соціальних мережах. Оцінка ефективності SMM кампанії.

Тема 7. Створення бізнес-бренду у соціальних мережах.

Тема 8. Головні тенденції розвитку соціальних мереж. Взаємодія з аудиторією та блогерами.

