**АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

|  |  |
| --- | --- |
| лого | дисципліна«Цифрові маркетингові комунікації у соціальних мережах» |
| вільного вибору/нормативна (статус)соціально-поведінкового спрямування [[1]](#footnote-1) |
| Відеозвернення: | https://cutt.ly/5IFXbdz |
| Спеціальності: | Для всіх спеціальностей та/або ОП |
| Мова викладання: | Українська |
| Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися (мінімальна - максимальна): | 20-240 |
| Семестр, в якому викладається: | 8 |
| Кількість: кредитів ЄКТСакадемічних годин (вказати окремо лекції, лабораторні заняття, практичні заняття, самостійна робота тощо) | 4120 (лекції 32 год, практичні заняття 32 год, с/р 56 год.) |
| Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань: | Диференційований залік |
| Кафедра, що забезпечує викладання: | Документознавства та інформаційної діяльності |
| Викладач, що планується для викладання (окремо по видах навантаження): | Лаба Оксана Василівна |
| Попередні вимоги для вивчення дисципліни (якщо доречно): | Немає |
| Перелік компетентностей, яких набуде студент після опанування даної дисципліни: | – здатність генерувати нові ідеї (креативність);– здатність знаходити, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел;– здатність до фахового спілкування з непрофесіоналами у галузі;– здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології;– здатність діяти з соціальною відповідальністю і громадянською свідомістю;– здатність використовувати PR та інші прикладні соціокомунікаційні технології в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури;– здатність адмініструвати соціальні мережі;– здатність створювати, наповнювати та забезпечувати функціонування веб-спільнот у мережі Інтернет. |
| Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії: | Використання соціальних мереж у просуванні інформаційних продуктів чи послуг набирає в останні роки особливої популярності. Фахівець зможе використовувати комунікацію у соціальних мережах як одну з форм професійної комунікації. |
| Особливості навчання на курсі: | Контроль вивчення теоретичного матеріалу здійснюється у формі колоквіуму, на практичних заняттях здійснюється оцінювання знань студентів шляхом усного і письмового опитування, виконання практичних робіт, що в накопичувальній системі дозволяє успішно скласти залік. |
| Матеріально-технічне забезпечення: | Власний або корпоративний акаунт у соціальних мережах Фейсбук, Інстаграм, у месенджері Телеграм. |
| Лінк на дисципліну: | <http://194.44.112.14:8080/lib2web/DocDescription?doc_id=470292> |
| Стислий опис дисципліни: | Система маркетингових комунікацій інформаційних установ дедалі частіше реалізується з використанням цифрових каналів комунікацій, зокрема таких популярних в Україні соціальних мереж як Фейсбук, Інстаграм, месенджера Телеграм. Метою вивчення дисципліни є з’ясування сутності цифрових маркетингових комунікацій у соціальних мережах, а також принципів використання соціальних мереж як інформаційного бізнес-майданчика. Таргетування цільової аудиторії, складання медіа плану, створення контенту сторінки, використання сучасних інструментів SMM є основними змістовими модулями дисципліни. |

**.[[2]](#footnote-2)**

1. **категорії дисципліни можуть бути такі:**

- гуманітарного спрямування;

- соціально-поведінкового спрямування;

- управлінсько-адміністративного спрямування;

- природничого спрямування;

- архітектурного та мистецького спрямування;

- інженерно-технічного спрямування;

- інформаційно-технологічного та програмного спрямування [↑](#footnote-ref-1)
2. обсяг анотації – 1-2 сторінки, стиль викладення – простий і зрозумілий. [↑](#footnote-ref-2)