

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної роботи
Антон ПАНТЕЛЕЙМОНОВ



2021 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Ком'юніті-менеджмент

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

галузь знань 06 Журналістика
(шифр і назва)

спеціальність 061 Журналістика
(шифр і назва)

освітня програма Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю
(шифр і назва)

спеціалізація _____
(шифр і назва)

вид дисципліни обов'язкова
(обов'язкова / за вибором)

факультет соціологічний

2021/2022 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

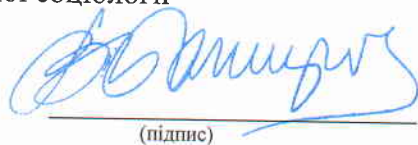
«29» червня 2021 року, протокол № 9

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: *Яцура Катерина Геннадіївна*, кандидат політичних наук, доцент кафедри прикладної соціології і соціальних комунікацій, директор центру веб-комунікацій центру зв'язків з громадськістю Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету

Протокол від «18» травня 2021 року № 6

В.о. завідувача кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій



(підпис)

Віль БАКІРОВ

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної) програми «Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю»

Гарант освітньої програми



(підпис)

Сергій АКСЬОНОВ

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету

Протокол від «27» серпня 2021 року № 1

Голова науково-методичної комісії факультету



(підпис)

Юлія СОРОКА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Ком'юніті-менеджмент» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки студентів першого рівня вищої освіти спеціальності «Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни – розвиток компетенцій, необхідних для успішного управління комунікаційними процесами в області стратегічного управління лояльними спільнотами (ком'юніті).

У навчальній програмі представлено погляд на ком'юніті як на міждисциплінарний феномен в контексті комунікаційного менеджменту, теорії PR і реклами.

Навчальна дисципліна має прикладний характер і передбачає активну участь студентів в аналізі, підготовці та презентації комунікаційного проекту формування і управління лояльною спільнотою.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

- сформувати уявлення про сутність і специфіку поняття «ком'юніті-менеджмент» в аспекті теорії комунікації;
- розвинути компетенції, необхідні для успішного управління комунікаційними процесами в області побудови і управління спільнотами в межах PR-діяльності.

знати:

- технології ком'юніті-менеджменту як професійної області знань;
- соціально-психологічні особливості ком'юніті як лояльної спільноти;
- PR та маркетингові цілі створення та стратегії управління.

вміти:

- застосовувати технології створення і управління лояльною спільнотою.

володіти:

- ключовими поняттями, критеріями та засадами ком'юніті-менеджменту;
- базовими знаннями, для успішного управління комунікаційними процесами в межах спільноти;
- методами створення та розвитку спільнот;
- методами формування ком'юніті в соціальних мережах;
- інструментарієм побудови ефективної медіакомунікації між корпоративним суб'єктом і різноманітними цільовими групами;
- вміннями розробляти структуру (архітектуру) спільноти;
- навичками розробки медіа-плану зі створення та оприлюднення контенту в спільнотах.

1.3. Кількість кредитів – 5.

1.4. Загальна кількість годин – 150.

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Нормативна	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	—
Семестр	
7-й	—
Лекції	
24 год.	—
Практичні, семінарські заняття	
24 год.	—
Лабораторні заняття	
0 год.	—
Самостійна робота	
102 год.	—
у тому числі індивідуальні завдання	
—	—

1.6. Заплановані результати навчання

Розуміння комплексної процедури побудови спільноти та стратегії її розвитку; вміння формувати унікальний контент; знання основних технік управління комунікаційними процесами в області побудови і управління спільнотами; вміння тактичного планування та організації спільноти.

Згідно з вимогами освітньо-професійної (освітньо-наукової) програми, здобувачі мають набути компетентності та демонструвати такі результати навчання:

Перелік предметних компетентностей здобувача вищої освіти

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК03. Здатність працювати в команді.

ЗК04. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК05. Володіння основними методами, способами і засобами одержання, зберігання, переробки інформації, мати навички роботи з комп'ютером.

ЗК06. Здатність діяти соціально, відповідально та свідомо.

ЗК08. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК09. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК10. Здатність генерувати нові ідеї.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК04. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.

СК06. Володіння базовими навичками створення текстів і документів, що використовуються в соціології, у сфері зв'язків з громадськістю та реклами.

СК08. Здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога, фахівця у сфері реклами, зв'язків з громадськістю.

СК09. Уміння обговорювати професійні проблеми, відстоювати свою точку зору, пояснювати сутність явищ, подій, процесів, робити висновки, давати аргументовані відповіді.

СК10. Володіння навичками роботи в організації / відділі реклами, маркетингу, зв'язків з громадськістю.

Програмні результати навчання (РН):

РН02. Здатність збирати, аналізувати та узагальнювати соціальну інформацію з використанням соціологічних методів.

РН04. Пояснювати закономірності та особливості розвитку і функціонування соціальних явищ у контексті професійних завдань в сфері соціології, реклами та зв'язків з громадськістю.

РН05. Вільно спілкуватися державною та іноземною / іноземними мовами усно і письмово з професійних питань.

РН06. Ефективно виконувати різні ролі (зокрема організатора, комунікатора, критика, генератора ідей, виконавця тощо) у команді в процесі вирішення фахових задач сфері соціології, реклами та зв'язків з громадськістю, дотримуючись професійних етичних норм.

РН07. Вміння використовувати інформаційно-комунікаційні технології у процесі пошуку, збору та аналізу соціологічної інформації.

РН12. Володіння знаннями і навичками роботи в соціологічних службах, прес-центрах, прес-службах, у засобах масової інформації, відділах реклами, зв'язків з громадськістю, в комунікаційних агентствах.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Вступ до ком'юніті-менеджменту.

Ком'юніті-менеджмент в структурі комунікаційного менеджменту. Ком'юніті як соціальний феномен. Поняття ком'юніті-менеджменту. Цілі і завдання ком'юніті-менеджменту. Відмінність ком'юніті-менеджменту від Social media marketing і Public relations.

Тема 2. Принципи формування спільнот.

Класифікація спільнот за способами формування, тематиці, типами аудиторії. Розуміння принципів формування спільноти. Стратегії формування спільнот. Фактори, що впливають на розвиток спільноти. Інструменти, спрямовані на формування спільнот. Класифікація спільнот по способам формування.

Тема 3. Комунікації зі спільнотою. Формування лояльності.

Формування лояльності спільноти. Спільнота як жива система. Теорія балансу інтересів. Лояльність як фактор фасилітації комунікації. Інструменти формування лояльності спільноти. Методи лоялізації спільноти на різних етапах життєвого циклу.

Тема 4. Життєвий цикл спільноти.

Життєвий цикл спільноти. Ролі та ієрархія ролей в спільнотах. Сценарії розвитку громади. Класифікація спільнот за типами. «Кризи» та «Підйоми» в житті спільноти, чинники, їх що зумовлюють. Залежність сценарію розвитку від типу спільноти. Модель функціонування спільноти. Ролі в спільноті. Управління ролями в спільноті.

Тема 5. Стратегії управління спільнотами.

Постановка цілей і досягнення результатів. Фактори, що впливають на вибір стратегії управління спільнотою. Постановка цілей і вибір інструментів, визначення кроків, розрахунок ризиків. Визначення критеріїв результату і термінів досягнення. Фіксація проміжних результатів і внесення змін в роботу в процесі реалізації підходу. Класифікація факторів ризику з точки зору ступеня впливу на успішний розвиток спільноти. різниця підходів при розробці стратегії з нуля і при коригування раніше обраної стратегії розвитку.

Тема 6. Управління спільнотою в Інтернет-середовищі.

Класифікація майданчиків для роботи з спільнотами в інтернеті. Розбір особливостей майданчиків. Формування контент плану: оцінка ефективності контент-плану, вимоги до контент-плану. Критерії вибору майданчика для формування спільноти. Ознаки необхідності зміни майданчика. Алгоритм дій зміни майданчика. Принципи модерації комунікацій в інтернеті.

Тема 7. Офлайн-комунікація зі спільнотою.

Цілі і завдання офлайнових комунікацій з спільнотою. Види офлайн-комунікацій зі спільнотою. Класифікація. Планування офлайн-активності. Оцінка ресурсів. Методи вимірювання ефективності офлайн-комунікацій.

Тема 8. Тактичне планування в ком'юніті-менеджменті.

Технології event-менеджменту в комунікаціях зі спільнотою. Планування спеціального заходу для спільноти: створення «Дорожньої карти» заходу, оцінка ресурсів. Методи оцінки ефективності event-комунікацій з спільнотою.

Тема 9. Оцінка ефективності роботи зі спільнотою.

Стратегічне планування роботи зі спільнотою. Критерії вибору стратегії. Визначення та розрахунок проміжних і кінцевих KPI. Підходи до оцінки ефективності роботи з спільнотою. Розрахунок KPI для реального кейсу компанії.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Основи контент-менеджменту: підготовка, обробка та розміщення контенту												
Тема 1. Вступ до ком'юніті-менеджменту	16	2	2	–	–	12	–	–	–	–	–	–
Тема 2. Принципи формування спільнот	16	2	2	–	–	12	–	–	–	–	–	–
Тема 3. Комунікації зі спільнотою. Формування лояльності	16	2	2	–	–	12	–	–	–	–	–	–
Тема 4. Життєвий цикл спільноти	16	2	2	–	–	12	–	–	–	–	–	–
Тема 5. Стратегії управління спільнотами	18	4	4	–	–	10	–	–	–	–	–	–
Тема 6. Управління спільнотою в Інтернет-середовищі	18	4	4	–	–	10	–	–	–	–	–	–
Тема 7. Офлайн-комунікація зі спільнотою	18	4	4	–	–	10	–	–	–	–	–	–
Тема 8. Тактичне планування в ком'юніті-менеджменті	16	2	2	–	–	12	–	–	–	–	–	–
Тема 9. Оцінка ефективності роботи зі спільнотою	16	2	2	–	–	12	–	–	–	–	–	–
Усього годин	150	24	24	–	–	102	–	–	–	–	–	–

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Розділ 1. Основи контент-менеджменту: підготовка, обробка та розміщення контенту		
1	Вступ до ком'юніті-менеджменту	2
2	Принципи формування спільнот	2
3	Комунікації зі спільнотою. Формування лояльності	2
4	Життєвий цикл спільноти	2
5	Стратегії управління спільнотами	4
6	Управління спільнотою в Інтернет-середовищі	4
7	Офлайн-комунікація зі спільнотою	4
8	Тактичне планування в ком'юніті-менеджменті	2
9	Оцінка ефективності роботи зі спільнотою	2

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Практичний розбір відомих аудиторії прикладів спільнот (автомобільні спільноти, спортивні співтовариства, ігрові спільноти, спільноти навколо брендів). Аналіз кейсів.	12
2	Створення спільноти за обраною тематикою. Вибір майданчика для роботи зі спільнотою. Визначення цілей, завдань, цільової аудиторії спільноти, перспектив розвитку та необхідних ресурсів.	12
3	Розробка плану для тематичного співтовариства. Розбір підходів, порівняння ефективності підходів в залежності від типів спільнот і контексту завдання.	12
4	Практичний розбір кейсів спільнот, що знаходяться на різних фазах розвитку. Формулювання рекомендацій в залежності від цілей розвитку громади. Аналіз, виявлення проблеми і вибір стратегії роботи з спільнотою на конкретному етапі.	12
5	Розробка програм лояльності для спільнот різних типів, що знаходяться на різних етапах життєвого циклу, в залежності від завдання. Розбір стратегії прийняття рішення про вибір підходу та інструменту.	10
6	Аналіз ефективності обраних стратегій розвитку спільноти.	10
7	Підготовка контент-плану. Визначення принципів модерації та управління комунікацією для певного майданчика в залежності від типу спільноти і стадії її розвитку.	10
	Разом	102

6. Індивідуальний проєкт

Створення власної спільноти.

Виконання завдання передбачає такі етапи роботи: розробка концепції спільноти, формування та розвиток спільноти на обраному майданчику, формування контент-плану для спільноти.

7. Методи навчання

Під час викладання дисципліни використовуються такі методи: лекції, пояснення, виступи, групові практичні завдання, індивідуальні практичні завдання, підготовка презентаційних матеріалів, опрацювання навчальної та наукової літератури.

8. Методи контролю

Моніторинг та контроль знань з навчальної дисципліни сприяє виявленню відповідності рівня отриманих студентами знань, вмінь та навичок вимогам нормативних документів, що регламентують сферу вищої освіти. Навчальним планом та програмою навчальної дисципліни передбачено низку завдань практичної спрямованості.

За виконання завдань протягом семестру студенти мають можливість отримати певну суму балів, що є підставою для допуску до складання іспиту.

Програмою навчальної дисципліни передбачено проведення поточного, модульного, підсумкового та семестрового контролю.

Поточний контроль включає усне індивідуальне опитування на лекціях і семінарах за контрольними питаннями поточної та попередніх тем, проведення термінологічних диктантів, виконання самостійних практичних завдань.

Модульний контроль передбачає перевірку знань, умінь студентів з розділу тем (модуля).

Підсумковий контроль полягає у перевірці рівня засвоєння знань, умінь і навичок студентів за семестр, на період завершення курсу навчання, спрямований на виявлення системи і структури знань студентів та передбачає презентацію власного веб-проекту, підготовка якого потребує розуміння та оволодіння повним комплексом тем навчальної дисципліни.

Семестровий контроль проводиться у формі письмового іспиту.

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання													Екзамен	Сума		
Теми									Контрольна робота, передбачена навчальним планом						Індивідуальний проєкт	Разом
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	1				15	60	40	100
									10							

T1, T2 ... – теми розділів.

Критерії оцінювання поточного контролю

Високий рівень 2–3 бали	Відповідь студента характеризується повним, глибоким та змістовним знанням теоретичного і практичного матеріалу з теми. Систематична активна участь в обговоренні тем, що вивчаються (як на лекційному, так і на семінарському заняттях), відповіді характеризуються творчим підходом.
Середній рівень 1–2 бали	Відповідь студента характеризується повним і змістовним знанням теоретичного матеріалу з теми. Несистематична участь в обговоренні практичного матеріалу, допущення неточностей у відповідях, які не характеризуються творчим креативним підходом.
Низький рівень	Відповідь студента характеризується слабким знанням

1 бал	як теоретичного, так практичного матеріалу. Допущення помилок у відповідях на конкретні питання та низький рівень участі в обговоренні матеріалу, що вивчається.
Незадовільний рівень 0 балів	У студента дуже слабкий рівень знання теоретичного матеріалу; не бере участі в обговоренні теоретичного та практичного матеріалу, що вивчається; допускаються змістовні помилки у відповідях на конкретні питання.

Критерії оцінювання контрольної роботи

Відповідь повна, змістовна, з однією незначною помилкою.	9–10 балів
Відповідь повна, але з двома-трьома незначними помилками.	7–8 балів
Відповідь не досить повна та (або) із суттєвими помилками.	5–6 балів
Відповідь не досить повна, містить суттєві змістовні помилки.	1–5 балів
Відповідь майже відсутня та (або) не відповідає суті запитання.	0 балів

Критерії оцінювання індивідуальної роботи

Високий рівень 13–15 балів	Студент змістовно виконав зазначені етапи роботи: розробка концепції веб-сайту, формування та розміщення унікального, оптимізованого тематичного контенту, підготовка проектної документації щодо його змістовного наповнення та просування.
Середній рівень 8–12 балів	Студент виконав зазначені етапи роботи: розробка концепції веб-сайту, формування та розміщення унікального, оптимізованого тематичного контенту, підготовка проектної документації щодо його змістовного наповнення та просування. Проте, певний етап (або всі етапи) мають змістовні неточності.
Низький рівень 3–7 балів	Студент частково виконав зазначені етапи роботи: розробка концепції веб-сайту, формування та розміщення унікального, оптимізованого тематичного контенту, підготовка проектної документації щодо його змістовного наповнення та просування. Разом з тим, певний етап (або всі етапи) мають змістовні неточності.
Незадовільний рівень 0 балів	Студент виконав менше половини зазначених етапів роботи. Представлені матеріали мають змістовні неточності.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
90–100	відмінно
70–89	добре
50–69	задовільно
1–49	незадовільно

10. Рекомендована література

Основна література

1. Назайкин, А. Н. Як оцінити ефективність реклами. 2014. 304 с.
2. Соловьев, А.І. Сучасні технології мас-медіа: посібник. 2018. 279 с.
3. Тарасов, В. К. Технологія лідерства. 2017. 240 с.
4. Титов, В. К. Ком'юніті-менеджмент. Стратегія і практика вирощування лояльних спільнот [Текст]. 2018. 264 с.
5. Ферр, Н. Створюючи інновації. Креативні методи від Netflix, Amazon і Google. Top Business Awards 2017. 304 с.
6. Tribes, Seth Godin (2008)
7. Trust Agents, Chris Brogan (2010)
8. Rules of community engagement, Angela Connor

Допоміжна література

1. Зеленков, М. Ю. Конфліктологія: підручник [Текст]. 2013. 324 с.
2. Жуков, Ю. М. Технології командування. 2008. 320 с.
3. Кошелюк, М. Є. Ефективне PR-мислення: майстер-клас для початківців і професіоналів. 2008. 216 с.
4. Кутлаліев, А. Ефективність реклами. 2006. 416 с.
5. Орлов, А. С. Введення в комунікаційний менеджмент: навч. посібник для студентів вузів. 2005. 368 с.
6. Community Building on the Web: Secret Strategies for Successful Online Communities.
7. Amy Jo Kim (2000)
8. Art of Community: Building the New Age of Participation, Jono Bacon (2009)
9. Managing Online Forums, Patrick O'Keefe (2008)

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

Відсутні.