

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



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Практикум: робота із комунікативними сервісами управління
(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти другий (магістерський) рівень вищої освіти
галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
(шифр і назва)
Спеціальність 054 Соціологія
(шифр і назва)
освітня програма Цифровий соціум
(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

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Байдак Тетяна Михайлівна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій 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)

(ім'я та прізвище)

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником
проектної групи) Цифровий соціум

Гарант освітньої (професійної/наукової) програми
(керівник проектної групи)

(підпис)

(Лариса ХИЖНЯК)

(ім'я та прізвище)

Програму погоджено науково-методичною комісією
соціологічного факультету

назва факультету, для здобувачів вищої освіти якого викладається навчальна дисципліна

Протокол від «27» серпня 2021 року № 1

Голова науково-методичної комісії соціологічного факультету

(підпис)

(Юлія СОРОКА)

(ім'я та прізвище)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Практикум: робота із комунікативними сервісами управління» складена відповідно до
освітньо-професійної програми підготовки «Цифровий соціум»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності - 054 «Соціологія»

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є формування у студентів уявлень про сутність комунікації у цифровому суспільстві, а також вміння та навичок управління комунікацією за допомогою електронних сервісів.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни. Для реалізації поставленої мети необхідне виконання таких завдань, як: досягти розуміння студентами, як будується комунікації в цифровому просторі та як цифрові сервіси сприяють цьому, ознайомити з різновидами комунікаційних сервісів, формування навичок налаштування електронних сервісів під певні комунікативні цілі.

1.3. Кількість кредитів: 6- д.в, 6- з.в

1.4. Загальна кількість годин - 180 - д.в, 180 - з.в

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов'язкова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	1-й
Семестр	
2-й	2-й
Лекції	
-	-
Практичні, семінарські заняття	
32 год.	24 год.
Лабораторні заняття	
-	-
Самостійна робота, у тому числі	
148 год.	156 год.
у тому числі індивідуальні завдання	
-	-

1.6. Заплановані результати навчання

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

Загальні компетентності:

ЗК 2 – Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК 3 – Розвинене креативне мислення, творче і нестандартне ставлення до професійних завдань, здатність генерувати нові ідеї та рішення, креативно застосовувати теоретичні знання у практичних ситуаціях.

ЗК 4 – Здатність планувати час та управляти ним.

ЗК 7 – Здатність до аргументованого представлення власної думки, компетентної та толерантної дискусії з її опонентами.

ЗК 8 – Навички використання інформаційно-комп'ютерних комунікаційних технологій.

ЗК 9 – Володіння необхідними навичками професійної комунікації іноземною мовою.

ЗК 11 – Здатність до міжособистісного спілкування, уміння працювати в команді, мотивувати людей та досягати спільної мети, розуміння та повага до різноманітності та мультикультурності.

ЗК 12 – Прагнення до саморозвитку, підвищення своєї професійної кваліфікації та майстерності.

Фахові компетентності:

ФК 6 – Здатність робити веб-аналітику відповідно до конкретних професійних проблем.

ФК 8 – Здатність управляти комунікативними проектами

Програмні результати навчання

ПРН 4 – Здатність експертно оцінювати соціальні програми та проекти, які реалізуються за допомогою цифрових технологій, визначати їх ефективність/результативність, надавати рекомендації щодо їх вдосконалення.

ПРН 6 – Вміння визначати і застосовувати ефективні цифрові технології управління персоналом з метою оптимізації діяльності організації

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Комунікативні практики цифрового суспільстві та комунікативна стратегія

Сутність комунікативних практик в інтернет. Загальна характеристика електронних сервісів управління комунікацією. Головні тенденції сучасної комунікації. Основні інструменти та майданчики інтернет-комунікації

Принци побудови комунікаційної стратегії. Комунікативна стратегія як елемент бізнес стратегії. Карта цінностей як засіб визначення напрямку комунікаційної стратегії. Алгоритм побудови комунікаційної стратегії.

Тема 2. Сервіси створення та налаштування контекстної реклама

Поняття та історія контекстної реклами. Ринок контекстної реклами. Учасники контекстної реклами. Мета, завдання та види контекстної реклами. Таргетинг та ретаргетинг. Переваги та недоліки контекстної реклами. Моделі ціноутворення і оплати контекстної реклами. Системи для розміщення контекстної реклами та фактори, що визначають їх вибір. Етапи запуску рекламної кампанії. Види і параметри відповідності ключових слів. Структура аккаунта в Google Ads

Тема 3. Сервіси пошукової оптимізації сайту

Пошукова оптимізації сайту: поняття, мета, завдання. Пошуковий запит та його типи. Семантичне ядро та методи та сервіси його формування. Групування (кластерізація) запитів в рамках семантичного ядра. Підходи для формування структури сайту. Чинники ранжування посилань на сайт у пошукових системах. Внутрішня та зовнішня оптимізація. Отримання зовнішніх посилань (природні + закупівля).

Тема 4. Сервіси SMM та таргетованої реклами

Просування в соціальних мережах (SMM). Завдання SMM. Напрями маркетингової діяльності в соціальних мережах. Механіка конкурсів та акцій у соціальних мережах. Вірусний контент. Популярні соціальні мережі: аудиторія та рекламні можливості. Сервіс

реклами FB. Інструмент для створення реклами в Ads Manager: налаштування маркетингової мети, цільової аудиторії, місця розміщення та формату реклами.

Сервіси моніторингу інформації в соціальних мережах.. Таргетинг та ретаргетинг у соціальних мережах.

Тема 5. Сервіси Email-комунікації

Поняття, задачі Email-комунікації. Особливості стратегії та переваги email-комунікації. Формування бази передплатників. Створення сторінок захоплення (Landing page, Lead-capture Page, Squeeze Page). Види матеріалів для сторінок захоплення контактів. Стратегія створення сторінки захоплення Б. Діна. Складові сторінки захоплення передплатників. Види електронних листів. Вимоги та структура Email. Показники ефективності в email-маркетингу. Сервіси email- розсилки. Налаштування авторозсилки, push-повідомлення або проведення А/В тестування.

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
Тема 1 Комунікативні практики цифрового суспільстві та комунікаційна стратегія	35		6			29	34		4			30
Тема 2 Сервіси створення та налаштування контекстної реклама	35		6			29	34		4			30
Тема 3 Сервіси пошукової оптимізації сайту	35		6			29	34		4			30
Тема 4 Сервіси SMM та таргетованої реклами	37		8			29	42		6			36
Тема 5 Сервіси Email-маркетингу	38		6			32	36		6			30
Усього годин	180		32			148	180		24			156

4. Теми практичних занять

4.1 Теми практичних занять д.в.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1 Комунікативні практики цифрового суспільстві та комунікаційна стратегія	6
2	Тема 2 Сервіси створення та налаштування контекстної реклама	6
3	Тема 3 Сервіси пошукової оптимізації сайту	6
4	Тема 4 Сервіси SMM та таргетованої реклами	8
5	Тема 5 Сервіси Email-маркетингу	6
	Разом	32

4.2 Теми практичних занять з.в.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1 Комунікативні практики цифрового суспільстві та комунікаційна стратегія	4
2	Тема 2 Сервіси створення та налаштування контекстної реклама	4
3	Тема 3 Сервіси пошукової оптимізації сайту	4
4	Тема 4 Сервіси SMM та таргетованої реклами	6
5	Тема 5 Сервіси Email-маркетингу	6
	Разом	32

5. Завдання для самостійної робота

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин д.в.	Кількість годин з.в.
1	Прочитати підручники та посібники: - Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. http://shron1.chtyvo.org.ua/Lytovchenko_Iryna/Internet-marketynh.pdf - Афанасьєва О.П. Інтернет-маркетинг Опорний конспект лекцій – Харків, 2017 https://cutt.ly/ceiZutS - The 7 M's of Marketing. https://conardcreative.wordpress.com/2015/01/23/the-7-ms-of-marketing-the-first-m-market/ - Chris Anderson. The Long Tail. https://www.wired.com/2004/10/tail/ - Уилсон Р. Планирование стратегии интернет-маркетинга – М. 2003 – 264 с. http://ecsocman.hse.ru/text/33246176/ - Summary of the Value Disciplines Treacy and Wiersema https://www.valuebasedmanagement.net/methods_valuedisciplines.html - Кеглер Т., Доулинг П., Тейлор Б., Тестерман Д. Реклама и маркетинг в Интернете/ Т. Кеглер, П. Доулинг, Б. Тейлор, Д. Тестерман – Альпина Паблишер, 2003. – 640 с. - Кеннеди Д. Продающее письмо/ Д. Кеннеди – Манн, 2014. - 308 с. - Котлер Ф. Маркетинг 4.0 від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, Гермаван Катарджая, Іван Сетьяван – ВГ «КМБУКС», 2018. – 208 с.Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як	30	30

	підкріпити інтуїцію даними/ Адель Світвуд – Наш формат, 2019. – 152 с. 10. Смарт Р. Agile-маркетинг/ Роланд Смарт – Клуб Сімейного Дозвілля, 2019 – 275 с. 11. Мак-кі Р. Сторіноміка маркетинг у пострекламну епоху / Роберт Мак-кі – Vivat, 2019 – 270 с. 12. Ральф У. Планирование стратегии интернет-маркетинга / Ральф Уилсон – М.: Издат. Дом Гребенникова, 2003 – 261 с 13. Спенсер С., Энж Э., Фикшин Р., Стрикчиола Д. SEO – искусство раскрутки сайтов/ С. Спенсер, Э. Энж, Р. Фикшин, Д. Стрикчиола – БХВ-Петербург, 2017 – 816 с. 14. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения в эпоху интернета/ Майкл Стелзнер, – Манн, – 288 с. 15. Маршалл П. Тодд Б Контекстная реклама, которая работает. Библия Google AdWords/ Перри Маршалл и Брайан Тодд, 2014		
2	Оволодіння сервісами інтернет-комунікації: Google Ads Google Trends Google Keyword Planner Wordpress Mailchimp SendPulse Pixel tools SimilarWeb. Popsters	40	44
3	Робота над проектами та підготовка презентацій	48	48
4	Підготовка залікового проекту	30	34
	Разом	148	156

6. Індивідуальні завдання

-

7. Методи навчання

Наочні, практичні, словесні. Пояснення викладача та самостійна робота.
Пояснювально ілюстративні та репродуктивні.

8. Методи контролю

Практичні заняття, залік (заліковий проект)

9. Схема нарахування балів

9.1 Схема нарахування балів д/в

Поточний контроль та самостійна робота					Разом	Залік	Сума
T1	T2	T3	T4	T5			
10	10	15	15	10	60	40	100

9.2 Схема нарахування балів з/в

Поточний контроль та самостійна робота					Разом	Залік	Сума
T1	T2	T3	T4	T5			
10	10	15	15	10	60	40	100

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70-89	добре	
50-69	задовільно	
1-49	незадовільно	не зараховано

10. Рекомендована література

Основна література

1. Літовченко І., Піліпчук В. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К. Центр учбов. літер., 2017 – 186 с.
2. Афанасьєва О.П. Інтернет-маркетинг Опорний конспект лекцій – Харків, 2017 – <https://cutt.ly/ceiZutS>
3. Кеглер Т., Доулінг П., Тейлор Б., Тестерман Д. Реклама и маркетинг в Интернете/ Т. Кеглер, П. Доулінг, Б. Тейлор, Д. Тестерман – Альпина Паблишер, 2018. – 640 с.
4. Кеннеди Д. Продающее письмо/ Д. Кеннеди – Манн, 2014. - 308 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг 4.0 від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, Гермаван Катарджая, Іван Сетьяван – ВГ «КМБУКС», 2018. – 208 с.
6. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними/ Адель Світвуд – Наш формат, 2019. – 152 с.
7. Смарт Р. Agile-маркетинг/ Роланд Смарт – Клуб Сімейного Дозвілля, 2019 – 275 с.
8. Мак-кі Р. Сторіноміка маркетинг у пострекламну епоху / Роберт Мак-кі – Vivat, 2019 – 270 с.
9. Спенсер С., Энж Э., Фикшин Р., Стрикчиола Д. SEO – искусство раскрутки сайтов/ С. Спенсер, Э. Энж, Р. Фикшин, Д. Стрикчиола – БХВ-Петербург, 2017 – 816 с.
10. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения в эпоху интернета/ Майкл Стелзнер, – Манн, 2018 – 288 с.
11. Маршалл П. Тодд Б Контекстная реклама, которая работает. Библия Google AdWords/ Перри Маршалл и Брайан Тодд, 2014

Допоміжна література

1. Первичная настройка аккаунта Google Ads <https://sotnik.biz.ua/services/first-set-google-adwords/>

2. Как настроить рекламные предпочтения <https://support.google.com/ads/answer/2662856?hl=ru&co=GENIE.Platform%3DAndroid>
3. 77 инструментов для SEO продвижения — бесплатные и платные сервисы для раскрутки сайтов <https://site-ok.ua/blog>
4. Лучшие SEO-инструменты <https://www.plerdy.com/ru/blog/best-seo-tools/>
5. Интернет-маркетинг для руководителя [Электронный ресурс] // Школа бизнеса «Управляй будущим»: Статьи по управлению предприятием. – 2013. – Режим доступа : <http://www.u-b-s.ru/publikacii/internet-marketing.html>
6. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учеб. пособие / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др. ; Новосиб. гос. ун-т, Компания «Интелсиб». – Новосибирск : РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.
7. Интернет-маркетинг. Под общ. ред. Жильцовой О.Н.. – М. 2014 – 288 с. <https://stud.com.ua/64250/marketing/internet-marketing>
8. Интернет-маркетинг. Под общ. ред. Романенковой – М. Юрайт, 2015 –
9. Контекстная реклама в социальных сетях [Электронный ресурс] // Prodex. Агентство Интернет-рекламы. – Режим доступа : <http://smm.ukr.prodex.net.ua/ppc/>
10. Корпоративный сайт предприятия – эффективный инструмент увеличения продаж [Электронный ресурс] / Probrand. – Режим доступа : <http://beprobrand.net/Korporativniy-sait-effektivniy-instrument-uvelicheniya-prodazh.html>
11. Котлер Ф. Основы маркетинга. Litres, 2011.
12. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник / І.Л. Литовченко, В.П. Пилипчук. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.
13. Мозгова Г. В. Інструменти інтернет-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств // Ефективна економіка № 10, 2013 <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2429>
14. Мятин Е. Подкастинг – синтез интернет и радио [Электронный ресурс] / Е. Мятин // Матеріали інтернет-видання про комп'ютерну техніку, інформаційні технології і програмні продукти iXBT. – 2012. – Режим доступу : <http://www.ixbt.com/td/podcasting.shtml>
15. Новомлинский Л. Интернет-стратегии каждый выбирает по себе [Электронный ресурс] / Л. Новомлинский. – Информационно-консалтинговый центр по электронному бизнесу. – Режим доступа : - <http://www.e-commerce.ru/analytics/analytics-part/analytics13.html>
16. Плєскач В. Л. Технології електронного бізнесу : Монографія / В. Л. Плєскач. — К. : КНЕУ, 2004. — 223 с.
17. Семеняк И. В. Стратегический маркетинг : учеб. пособ. / И. В. Семеняк. – Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2007. – 304 с.
18. Ярлыков А. Инструменты Интернет-маркетинга [Электронный ресурс] / А. Ярлыков // Эффективные инструменты Интернет-маркетинга. – 2013. – Режим доступа : <http://takmak51.ru/>

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

www.i-soc.com.ua
www.management.com.ua
www.uceps.com.ua/ukr/all/sociology
 Українська асоціація маркетингу [Електронний ресурс] – Режим доступу : < <http://www.uam.in.ua> >
 Клуб маркетологов MarketingJazz [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marketingclub.org.ua>.