

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

з каталогу вибіркових дисциплін

ПРОМОЦІЯ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

для здобувачів

спеціальностей

017 «Фізична культура і спорт»

033 «Філософія»

035 «Філологія»

061 «Журналістика»

рівня вищої освіти

першого (бакалаврського)

освітніх програм

017.00.01 «Фізичне виховання»

033.00.01 «Філософія»

035.01.01 «Українська мова і література»

061.00.01 «Журналістика»

061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА	
Код ЄДРПОУ 45307365	
Програма № <u>2120/24</u>	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
(підпис)	(позначка, підпис)
« <u>24</u> »	20 <u>24</u>

Київ - 2024

Київський університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« _____ » _____ 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

з каталогу вибіркових дисциплін

ПРОМОЦІЯ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

для студентів

спеціальностей	061 «Журналістика» 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» 033 «Філософія»
рівня вищої освіти	першого (бакалаврського)
освітніх програм	061.00.01 «Журналістика» 029.00.01 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» 033.00.01 «Філософія»

Київ - 2023



Розробник:

Курбан Олександр Васильович, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Університету Грінченка;

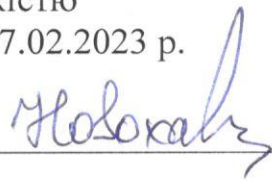
Сінько Андрій Сергійович, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, Факультету журналістики, Університету Грінченка.

Викладач:

Сінько Андрій Сергійович, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Університету Грінченка.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол № 8 від 07.02.2023 р.

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатко

Робочу програму перевірено

_____ 2023 р.

Заступник директора Факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи  В.Є.Сошинська

Пролонговано

на 2023/2024 н.р. підпис (ПІБ), «23» 08 20 23 р., протокол № 1

на 2024/2025 н.р. підпис (ПІБ), «28» 08 20 24 р., протокол № 1

на 20___/20___ н.р. підпис (ПІБ), «___» ___ 20___ р., протокол № ___

на 20___/20___ н.р. підпис (ПІБ), «___» ___ 20___ р., протокол № ___

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	вибіркова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120	-
Курс	3	-
Семестр	5	-
Кількість змістових модулів з розподілом	4	-
Обсяг кредитів	4	-
Обсяг годин, в тому числі:	120	-
Аудиторні	56	-
Модульний контроль	8	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	56	-
Форма семестрового контролю	ЗАЛІК	-

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета навчальної дисципліни «Промоція у соціальних мережах» - ознайомлення з базовими положеннями сучасних хай-тек та хай-х'юм технологій, оволодіння здобувачами знань про сучасні технічні засоби комунікації, здобуття навичок та вмінь у застосуванні інтернет-технологій та інструменти SMM в галузі реклами, PR та медіакомунікацій.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати *загальні компетентності*, зокрема такі:
 - спрямованість на розкриття особистісного потенціалу та самореалізацію. Прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху.
 - міжособистісна взаємодія. Готовність та здатність виконувати проекти у складі групи, брати на себе відповідальність за виконання спільних робіт.

- розвивати *фахові компетентності*:
 - розуміння загальних закономірностей та принципів розвитку сучасних цифрових технологій;
 - вміння працювати (розробляти та використовувати в роботі) із управлінською маркетинговою, рекламною, PR та консалтинговою документацією (маркетингова концепція, маркетинговий план, корпоративна комунікаційна концепція, план рекламної кампанії, PR-план, брендбук та інші);
 - проведення профільних досліджень на первинному та глибинному рівні;
 - вміння планувати та реалізовувати управлінські завдання.

Фахові компетентності формуються у Центрі мультимедійних технологій; Інформаційно-аналітичному центрі Факультету журналістики Університету Грінченка.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Програмні результати навчання:

- знати базові цифрові технології, що використовуються у рекламі та зв'язках з громадськістю;
- вміти розробляти та реалізовувати рекламні та PR-продукти, а також рекламні та PR-кампанії у мережі Інтернет;
- знати базовий інструментарій сучасних цифрових технологій;
- передбачати тенденції та перспективи розвитку інформаційно-комунікаційних технологій;
- розуміти основний контекст алгоритму діяльності фахівця із SMM, таргетингу, інтернет-реклами та ін. (дослідження, планування, реалізація, оцінка ефективності);
- проводити профільні дослідження (опитування, моніторинг, комплексний аналіз у соціальних мережах та Google-analytic);
- оцінювати ефективність цифрових комунікаційних процесів.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№	Назви теоретичних розділів	Розподіл годин між видами робіт					
		Усього	Аудиторних			Модульний контроль	Самостійна робота
			Лекції	Семінари	Практичні		
Модуль I. СУЧАСНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ: ЗАСОБИ СУПРОВОДЖЕННЯ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ							
1.	Типологія та класифікація сучасних комунікаційних технологічних засобів	28	4		10		14
	Модульна контрольна робота №1	2				2	
	Разом	30	4		10	2	14
Модуль II. ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В СТРУКТУРІ СУЧАСНИХ СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ							
2.	Інтернет-технології в структурі сучасних соціокомунікативних процесів	28	4		10		14
	Модульна контрольна робота №2	2				2	
	Разом	30	4		10	2	14
Модуль III. СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ							
3.	Інформаційна глобалізація індустріального суспільства в форматі технології Web 1.0 та Web 2.0	28	4		10		14
	Модульна контрольна робота №3	2				2	
	Разом	30	4		10	2	14
Модуль IV. ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОГО МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА							
4.	Технології формування та розвитку віртуального мережевого суспільства в контексті технології Web 3.0 та Web 4.0	28	4		10		14
	Модульна контрольна робота №4	2				2	
	Разом	30	4		10	2	14
	Всього за навчальним планом	120	16		40	8	56

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль I.

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ: СУПРОВОДЖЕННЯ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Тема 1. Типологія та класифікація сучасних комунікаційних технологічних засобів

Соціальна комунікація в епоху гуманітарних технологій. Сучасні гаджети в роботі фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю. Технологічні методи та інструменти реалізації лінійної моделі соціокомунікаційного процесу. Методи та технології супроводження циклічної моделі соціокомунікаційного процесу.

Модуль II.

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В СТРУКТУРІ СУЧАСНИХ СОЦІОКОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ

Тема 2. Інтернет-технології в структурі сучасних соціокомунікативних процесів

Історія зародження та розповсюдження інтернет-технологій. Глобалізація людського суспільства в форматі інтернет-технологій. Зародження та розповсюдження сучасної кіберкультури. Інтернет-технології в окремих сегментах сучасного суспільства.

Модуль III.

СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ

Тема 3. Інформаційна глобалізація індустріального суспільства в форматі технології Web 1.0 та Web 2.0

Структура та загальна характеристика інтернет-технологій Web 1.0 та Web 2.0. Типологія та класифікація базових одиниць в системі Web 1.0 Web 2.0. Структура та загальна характеристика типового веб-порталу. Технології SEO та SMO, як інструменти в роботі фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю. Структура та загальна характеристика сучасних інструментів SMM. Структура та принципи роботи соціальних мереж. Специфіка та особливості практичного використання веб-порталів в контексті діяльності фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю.

Модуль IV.

ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОГО МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА

Тема 4. Технології формування та розвитку віртуального мережевого суспільства в контексті технології Web 3.0 та Web 4.0

Структура та загальні принципи застосування технологій Web 3.0 в системі сучасних соціальних комунікацій. Вихід соціальних мереж на новий рівень

взаємодії суспільства та поява взаємодії зі штучно створеними механізмами. Web 4.0 - людина центр взаємодії мережі та суспільства.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль I		Модуль II		Модуль III		Модуль IV	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	2	2	2	2	2	2
Відвідування на практичному занятті	1	5	5	5	5	5	5	5	5
Робота на практичному занятті	10	5	50	5	50	5	50	5	50
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом			92		92		92		92
Максимальна кількість балів	368								
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $368:100=3,68$ Студент набрав: 351 бал Оцінка за результатами поточної роботи: $351:3,68 = 95$ балів (зараховано А)								

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Модуль I Самостійна робота №1 СУЧАСНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ХАЙ-ТЕК

1. Скласти загальний перелік сучасних гаджетів для розбудови ефективних соціальних комунікацій.
2. Зробити порівняльну характеристику інструментального пулу рекламистів та піарників.

3. Оцінити переваги та недоліки сучасних технічних засобів супроводження комунікаційних процесів.

Самостійна робота №2
СУЧАСНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ
ТА ТЕХНОЛОГІЇ ХАЙ-Х'ЮМ

1. Визначити основні сучасні гуманітарні (управлінські) технології, що забезпечують комунікаційні процеси в рекламі та PR.
2. Перерахувати усі можливі різновиди сучасних гуманітарних (управлінських) технологій.

Модуль II
Самостійна робота №3
СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ

1. Скласти перелік базових інструментів промоції веб-ресурсів в соціальних мережах.
2. Визначити технології промоції змістовної інформації в соціальних мережах.
3. Розробити типові пакети пропозицій з промоції текстової інформації.

Самостійна робота №4
СУЧАСНА КІБЕРКУЛЬТУРА ТА ОСОБЛИВОСТІ
РОЗБУДОВИ ГРОМАДСЬКИХ КОМУНІКАЦІЙ

1. Визначити структуру та базові складові сучасної кіберкультури.
2. Описати їх використання у реалізації корпоративних комунікаційних процесів.

Модуль III
Самостійна робота №5
СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНІ ВІРТУАЛЬНІ МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ

1. Описати сучасний рівень розвитку технологій Web 2.0.
2. Визначити роль та місце соціальних медіа в роботі PR-фахівців.
3. Зробити систематизацію інструментів SMM-менеджера.

Самостійна робота №6
СТВОРЕННЯ ТА ПРОМОЦІЯ МЕРЕЖЕВИХ МЕДІА-ХОЛДИНГІВ

1. Визначити сутність сучасних мережеских медіа-холдингів.
2. Описати типову структуру та принципів функціонування мережеских медіа-холдингів.

Модуль IV
Самостійна робота №7
ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОГО
МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА

1. Визначити структуру та загальні принципи застосування технологій Web 2.0 в системі сучасних соціальних комунікацій.
2. Дати опис технологіям SEO та SMO, як інструменти в роботі фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю.
3. Описати структуру та загальна характеристика сучасних інструментів SMM.

Самостійна робота №8
ЦИФРОВЕ СУСПІЛЬСТВО МАЙБУТНЬОГО: ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ,
ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ, АВТОМАТИЗОВАНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ

1. Визначення понять автоматизованих систем управління інформаційними процесами в мережі інтернет.
2. Визначення понять Інтернет формату web 4.0, штучний інтелект, штучні нейронні мережі, інтернет речей, алгоритми ройового інтелекту.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- вчасність виконання навчальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних завдань;
- самостійність виконання;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом у вигляді письмової відповіді або презентації власного проєкту (виконання ситуаційного завдання).

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 4, виконання кожної роботи є обов'язковим. Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи та модульної контрольної роботи.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Модульна контрольна робота № 1

Завдання:

1. Відповісти на теоретичні запитання;
2. Розробити схему створення контенту (на вибір студента).

Теоретичні питання:

- Історія створення та розвитку мережі Інтернет;
- Зробити порівняльну характеристику інструментального пулу рекламистів та піарників;
- Оцінити переваги та недоліки сучасних технічних засобів супроводження комунікаційних процесів;
- Сучасні гаджети в роботі фахівців із реклами та зв'язків з громадськістю;
- Інтернет-технології в окремих сегментах сучасного суспільства та інші та інші.

Практичні завдання:

- Скласти карту інформаційного поля сучасного інформаційного суспільства;
- Скласти карту інформаційного комунікаційного процесу із визначенням таких елементів, як:
 - меседж;
 - кодування меседжу;
 - трансляція меседжу;
 - декодування меседжу;
 - усвідомлення меседжу.

Модульна контрольна робота № 2

Завдання:

1. Відповісти на теоретичні питання;
2. Розробити просування контенту (на вибір студента).

Теоретичні питання:

- Визначення поняття сайту. Типологія і класифікація;
- Скласти перелік базових інструментів промоції веб-ресурсів в соціальних мережах;
- Етапи розробки сайту;
- Історія зародження та розповсюдження інтернет-технологій;
- Зародження сучасної кіберкультури;
- Сайт-візитівка: структура та принципи використання;
- Корпоративний сайт з елементами порталу: структура та функції;
- Галузевий портал: структура та функції;
- Тематичний портал: структура та практичні шляхи промоції та інші.

Практичні завдання:

- Розробити проєкт сайту-візитівки;
- Розробити проєкт корпоративного сайту;
- Розробити проєкт галузевого порталу.

Модульна контрольна робота № 3

Завдання:

1. Відповісти на теоретичні питання;
2. Розробити концепцію просування контенту окремого товару (на вибір студента).

Теоретичні питання:

- Розвиток інтернет технологій у форматі Web 1.0;
- Розвиток інтернет технологій у форматі Web 2.0;
- Типологія та класифікація сайтів;
- Навести приклади та пояснити основні особливості популярних інструментів SMM-менеджера;
- Онлайн сервіси зі створення та управління сайтами;
- WordPress: специфіка та особливості використання для створення сайтів;
- Структура та принципи роботи соціальних мереж сьогодення та інші.

Практичні завдання:

- Детально описати процес роботи з одним із популярних застосунків та роботи з відео-контентом.
- Розробити схему управління сайтом, що є базовим онлайн майданчиком мережевого медіа-холдингу.

Модульна контрольна робота № 4

Завдання:

1. Відповісти на теоретичні питання;
2. Розробити концепцію просування контенту окремого товару (на вибір студента).

Теоретичні питання:

- Методи та засоби проведення досліджень у соціальних мережах;
- Розвиток інтернет технологій у форматі Web 3.0 та поява Web 4.0;
- Інструменти та засоби просування контенту у Facebook;
- Визначення понять автоматизованих систем управління інформаційними процесами в мережі інтернет;
- Функціональні можливості із просування контенту в Instagram;
- Промоція контенту месенджерах (Telegram, Viber, WhatsApp);
- Створення та промоція сторінок подій у Facebook;
- Створення та розповсюдження інформації про сторінку окремого проєкту в Instagram та інші.

Практичні завдання:

- Розробити Google-анкету для проведення опитування;
- Розробити пропозиції щодо промоції проєкту у Facebook;
- Розробити схему промоції проєкту у Instagram.

Критерії оцінювання:

- розуміння, ступінь засвоєння теоретичних знань та практичних навичок, отриманих у процесі вивчення навчальної дисципліни;
- ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- уміння наводити приклади з рекламних та PR-практик, аналізувати існуючі заходи та класифікувати їх;
- уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язуванні завдань;
- демонстрація логіки, структури, стилю підготовки власного проєкту, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- демонстрація повноти відповіді на питання, якості і самостійності виконання завдання;
- творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально у 25 балів.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульних контрольних робіт. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі заліку і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу за результатами поточної роботи.

6.5. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
<i>Відмінно</i>	100-90
<i>Дуже добре</i>	82-89
<i>Добре</i>	75-81
<i>Задовільно</i>	69-74
<i>Достатньо</i>	60-68
<i>Незадовільно</i>	0-59

7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна (базова):

1. Алексеєнко Ю. О. Соціальні медіа й соціальні мережі в процесі конвергенції старих і нових медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. 2021. №5. С. 160–164.
2. Белянська О. О. Соціальні мережі та бізнес: значимість, переваги та проблеми. *Економіка та суспільство*. 2021. №32.
3. Використання соціальних мереж : посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. Київ. 2020. 36 с.
4. Гоцур О. Соціальні мережі та блоги як інструменти реалізації PR-кампанії. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2021. №50. С. 196 – 203.
5. Ярмолук О. Я., Фісун, А. А., Шаповалова Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. *Підприємництво та інновації*. 2020. №11. С. 62–65.
6. Дрокіна Н. І. SEO-оптимізація сайту підприємства як інструмент інтернет-маркетингу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 19. Ч. 1. С. 127-132.
7. Курбан О. В. Інноваційні системи управління рекламними та PR-процесами в мережі Інтернет. *Інтегровані комунікації*. 2019. №7. С. 33–37.
8. Ларіна К. В. Соціальні мережі як ефективний інструмент просування сучасного бізнесу. Сучасні проблеми управління підприємства: теорія та практика : матеріали міжнар. науково-практ. конф. (м. Хар-ків, 3–4 бер. 2020 р.). 2020. С. 142–144.
9. Пономаренко І. В., Сапян А.С. Інструмент інтернет-маркетингу – SEO-оптимізація сайту підприємства. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2021. №25. С. 84–89.
10. Похилько С. В., Єременко А. Ю. Соціальні мережі як майданчик для створення та розвитку бізнес-проектів. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2020. №3.

Додаткова:

11. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах: використання мережі Інтернет, послуг хмарних обчислень, робототехніки. *Статистична інформація. Інформаційне суспільство. Державна служба статистики України: веб сайт. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zv/ikt/arh_ikt_u.html (дата звернення: 07.08.2024).*
12. Кічурчак М. В. Структурні зміни у секторі інформації та комунікації в системі креативної економіки країн ЄС: досвід для України. *Економіка і прогнозування*. 2022. № 3. С. 115–130.

13. Knobel M., Reisberg L. Effective Communication: The 4th Mission of Universities – a 21st Century Challenge. 2022. *UC Berkeley: Center for Studies in Higher Education*. URL: <https://escholarship.org/uc/item/0h26647z> (дата звернення: 03.02.2023).
14. Similar Web. Business analytics website. URL: <https://www.similarweb.com> (дата звернення: 03.02.2023)
15. The evolution of the web and netnography in tourism: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*. 2019. С. 48–55.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ
«ПРОМОЦІЯ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»
Разом: 120 год., лекції – 16 год., практичні заняття – 40 год.,
мк – 8, самостійна робота – 56 год., залік

Модулі	Змістовий модуль I	Змістовий модуль II	Змістовий модуль III	Змістовий модуль IV
Назва модуля	Сучасні технологічні засоби супроводження соціокомунікаційних процесів	Інтернет-технології в структурі сучасних соціокомунікативних процесів	Сучасні соціальні віртуальні мережеві технології	Технології формування та розвитку віртуального мережевого суспільства
Кіл-ть балів за модуль	92 б.	92 б.	92 б.	92 б.
Лекції	2 б.	2 б.	2 б.	2 б.
Теми лекцій	Типологія та класифікація сучасних комунікаційних технологічних засобів	Інтернет-технології в структурі сучасних соціокомунікативних процесів	Інформаційна глобалізація індустріального суспільства в форматі технології Web 1.0 та 2.0	Технології формування та розвитку віртуального мережевого суспільства в контексті технології Web 3.0 та Web 4.0
Практичні заняття	Сучасні комунікаційні інструменти та технології хай-тек 5+50 б.	Сучасна кіберкультура та особливості розбудови громадських комунікацій 5+50 б.	Лінійна комунікація в форматі web .0 5+50 балі	Технології оптимізації веб-ресурсів 5+50 б.
Сам. робота	10 балів	10 балів	10 балів	10 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота №1 25 б.	Модульна контрольна робота №2 25 б.	Модульна контрольна робота №3 25 б.	Модульна контрольна робота №4 25 б.
Усього 368 балів				