

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

06-07-120S

СИЛАБУС SYLLABUS	SMM та SEO технології в соціокультурній сфері	
	SMM and SEO technologies in sociocultural sphere	
Шифр за ОП Code in Degree Programme	ПП 1	
Освітній рівень Level of Education	магістерський (другий)	
	Master`s (second)	
Галузь знань Field of Knowledge	02	Культура і мистецтво Culture and Art
Спеціальність Field of Study	028	Менеджмент соціокультурної діяльності Management of Sociocultural Activities
Освітня програма Degree Programme	Соціальний менеджмент та інформаційна культура	
	Social Management and Information Culture	

РІВНЕ – 2024

06-07-120S Силабус навчальної дисципліни «SMM та SEO технології в соціокультурній сфері» для здобувачів вищої освіти ступеня «магістр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Соціальний менеджмент та інформаційна культура» спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності». Рівне. НУВГП. 2024. 10 стор.

ОП на сайті університету: <https://ep3.nuwm.edu.ua/26595/>

Розробник силабусу:

Бабич Тетяна Юріївна, к.е.н., доцент кафедри філософії та культурології


Силабус схвалений на засіданні кафедри філософії та культурології
Протокол № 14 від "03" червня 2024 року

Завідувач кафедри: *Шадюк Т.А., к. філос. наук, доцент.*

Керівник (гарант) ОП: *Залужна, А. Є, д. філос. наук, професор.*

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІЕМ
Протокол № 14 від "10" червня 2024 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІЕМ:

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
«SMM та SEO технології в соціокультурній сфері»	
ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Ступінь вищої освіти	<i>магістр</i>
Освітня програма	Соціальний менеджмент та інформаційна культура
Спеціальність	028 Менеджмент соціокультурної діяльності
Рік навчання, семестр	<i>1 рік, 2 семестр</i>
Кількість кредитів	<i>3,0</i>
Лекції:	<i>14 год. (денна форма)/ 2 год. (заочна форма)</i>
Лабораторні заняття:	<i>16 год. (денна форма)/ 8 год. (заочна форма)</i>
Самостійна робота:	<i>60 год. (денна форма)/ 80 год. (заочна форма)</i>
Курсова робота:	<i>Не передбачено</i>
Форма навчання	<i>Денна/заочна</i>
Форма підсумкового контролю	<i>екзамен</i>
Мова викладання	<i>українська</i>
ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА	
Лектор	 <p><i>Бабич Тетяна Юріївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри філософії та культурології</i></p>
Вікіситет	http://surl.li/ojmvr
ORCID	https://orcid.org/0000-0001-6927-7313
Як комунікувати	t.iu.babych@nuwm.edu.ua <i>Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE</i> https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=6024
ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДИСЦИПЛІНУ	
Мета і завдання	

Метою дисципліни є формування у майбутніх спеціалістів в області менеджменту соціокультурної діяльності глибокого розуміння та практичних навичок застосування інструментів соціальних медіа (SMM), WEB-аналітики, пошукової оптимізації (SEO) для успішного впровадження та ефективного управління інформаційними процесами реклами та просування різнопрофільних закладів культурного спрямування.

Завданням дисципліни є:

- сформуувати комплексний погляд на процес просування веб-сайтів закладів культури та їх сторінок в соціальних мережах;
- забезпечити практичне оволодіння навичками розроблення стратегій просування культурних заходів (подій) в мережі інтернет;
- опанувати спеціальні інструменти налаштування та запуску таргетованих рекламних кампаній спрямованих на цільову аудиторію;
- сформуувати вміння користуватися інструментами аудиту веб-сайтів закладів культури, аналізу конкурентного середовища;
- забезпечити оволодіння практичними навичками внутрішньої і зовнішньої оптимізації сайту для підняття його позицій у результатах видачі пошукових систем по певних запитах користувачів для збільшення мережевого трафіку і кількості потенційних клієнтів.

Посилання на розміщення освітнього компонента на навчальній платформі Moodle, на платформі освітніх програм та їхніх освітніх компонентів

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=6024>

<https://nuwm.edu.ua/dystsypliny>

Передумови вивчення навчальної дисципліни

Дисципліни, що **передують** вивченню дисципліни «SMM та SEO технології в соціокультурній сфері»: «Основи менеджменту та бізнес-процесів».

Дисципліна **пов'язана** з навчальними дисциплінами, що одночасно вивчаються: «Цифрова та інформаційна культура», «Інформаційна безпека», «Соціальний менеджмент та соціальний маркетинг». Результати вивчення дисципліни **стануть у нагоді** при вивченні дисципліни «Менеджмент соціокультурної діяльності», виконанні завдань переддипломної практики та підготовці кваліфікаційної роботи магістра.

Компетентності

ЗК5.Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

СК2.Здатність до практичної адаптації науково-обґрунтованих соціокультурних практик в їх глобальному, глокальному і локальному вимірах.

СК8.Здатність застосовувати креативні технології на практиці.

СК11.Здатність розробляти ефективні системи маркетингу соціокультурних продуктів та послуг (просування проектів, програм, акцій, івентів тощо).

СК13. Здатність здійснювати аналітичну оцінку інформаційного простору соціокультурної сфери, використовувати SMM та SEO технології, а також знання з інформаційної безпеки.

Програмні результати навчання (ПРН)

ПР1.Відшуковувати, аналізувати та оцінювати інформацію, необхідну для постановки і вирішення як професійних завдань, так і особистісного розвитку.

ПР5.Використовувати міждисциплінарний підхід до вирішення складних задач і проблем соціокультурної діяльності.

ПР8.Використовувати «модель 4к» для розв'язання задач і прийняття рішень, ведення переговорів і наукових дискусій у сфері менеджменту соціокультурної діяльності.

ПР12.Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх практичні результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПР13.Здійснювати WEB-аналітику інформаційного простору, використовувати SMM технології та знання з інформаційної безпеки задля забезпечення ефективної діяльності соціокультурної сфери.

Структура та зміст навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Сучасні інформаційні технології для просування проектів соціокультурної сфери

Тема 1. SMM і SEO-оптимізація сайтів у соціокультурних комунікаціях

Предмет і зміст курсу. Тенденції розвитку інформаційних технологій у соціокультурній сфері. Соціальні медіа як інструмент соціокультурних комунікацій. Огляд популярних соціальних мереж: Facebook, Instagram, YouTube. Основні поняття і базові інструменти SMM. Пошук інформації та пошукові системи. Принципи побудови індексу сайту у пошуковій системі. Фактори, які впливають на індексацію сайту. Управління індексацією сайту. Цілі та види просування сайтів у пошукових системах.

Тема 2. Особливості побудови семантичного ядра для сайтів соціокультурної сфери

Семантика сайту. Семантичне ядро сайту. Особливості семантики сайтів культурних закладів. SMM-копірайтинг. Ефективний підбір ключових слів. Особливості створення контенту соціокультурного спрямування. Створення текстів, що продають: структура, схеми AIDA, PAS та ін. Тригерні слова. Унікальність текстів: вимоги та інструменти перевірки. Контент-план і маркетинг в соціальних мережах.

Тема 3. Технології WEB-аналітики для оцінки ефективності соціокультурних проектів

Стратегія присутності компанії в соціальних мережах. Контент-стратегія. Інструменти для збору статистики соціальних мереж. Аналіз інформації із соціальних мереж. Підвищення лояльності цільової аудиторії. Аудит та аналіз конкурентів. Медійне охоплення. Показники залученості аудиторії. Динаміка приросту аудиторії. Ефективність проведення активностей

та рекламних кампаній. Участь цільової аудиторії в ланцюжку продажів. Facebook Analytics. Facebook Pixel. Відстеження поведінки відвідувачів у воронці продажів. Аналітика YouTube. Основні метрики ефективності відео. Аналіз ефективності відео та додаткових елементів: субтитри, коментарі, заставка, підказки.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Використання інструментів SMM та SEO для культурних і мистецьких проєктів

Тема 4. Аналітика сайту закладів культури

Аналітика сайту. Способи аналізу роботи сайту. Аналіз цільової аудиторії в культурних проєктах. Специфіка аудиторії культурних та мистецьких ініціатив. Дослідження ринку і визначення цільової аудиторії. Дослідження конкурентів. Конверсія та показники конверсії. Цільові сторінки і зв'язок з конверсією. Вибір цілей сайту. Системи метрик та KPI. Ефективність рекламних кампаній в соціокультурній сфері. Термінологія web аналітики. Формули ефективності інтернет реклами: cpc, cpm, ctb, roi, ctr. Правила обробки персональних даних. Дотримання вимог GDPR. Можливості і принцип роботи Google Analytics. Інтеграція Google Analytics з Google Adwords і з пошуковими системами.

Тема 5. Оптимізація веб-сайтів та профілів культурних організацій у соціальних мережах

Внутрішня та зовнішня SEO оптимізація. Технічний SEO-аудит та виправлення помилок. Оптимізація заголовків H1..H6. Підбір та оптимізація зображень. Внутрішня перелінковка сторінок. Оптимізація часу завантаження сторінок. Адаптація під мобільні пристрої. Аналіз та покращення юзабіліті. Практичні аспекти SEO та SMM для підвищення видимості та привертання уваги аудиторії.

Тема 6. Ефективні інструменти маркетингу в соціальних мережах

Поняття таргетованої реклами. Таргетована реклама в соцмережах: види, формати та особливості. Переваги і недоліки. Технологія роботи таргетингу. Налаштування таргетингу. Менеджер реклами Facebook. Методи збору інформації про цільову аудиторію. Парсинг.

Розподіл годин за темами змістових модулів

Лекції	Год	Лабораторні роботи	Год	Сам. робота (год.)	Всього (год.)	Навчальні матеріали
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Сучасні інформаційні технології для просування проєктів соціокультурної сфери						
Тема 1. SMM і SEO-оптимізація сайтів у соціокультурних комунікаціях	2	-	-	4	6	[2-5]
Тема 2. Особливості побудови семантичного ядра для сайтів соціокультурної сфери	2	ЛР-1. SEO-копірайтинг для сайту культурного проєкту	2	8	12	[4-7, 11, 13]
Тема 3. Технології WEB-аналітики для оцінки ефективності соціокультурних проєктів	4	ЛР-2. Розробка контент стратегії для мистецького заходу	2	18	26	[1-5, 7, 8, 10-12, 14, 15]
		ЛР-3. Аналіз ефективності акаунта закладу культури в соціальній мережі	2			
МК-1	-		2		2	
За змістовим модулем 1	8		8	30	46	
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Використання інструментів SMM та SEO для культурних і мистецьких проєктів						
Тема 4. Аналітика сайту закладів культури	2	ЛР-4. Проведення WEB-аналітики сайту закладу культури	2	10	14	[1, 4, 5, 7, 8, 10-15]

Тема 5. Оптимізація веб-сайтів та профілів культурних організацій у соціальних мережах	2	ЛР-5. Технічний SEO-аудит сайту закладу культури	2	10	14	[1, 4, 5, 7, 8, 10-15]
Тема 6. Ефективні інструменти маркетингу в соціальних мережах	2	ЛР-6. Таргетована реклама в Facebook для культурної події	2	10	14	[5-15]
МК-2	-		2		2	
За змістовим модулем 2	6		8	30	44	
Разом	14		16	60	90	

Відповідність програмних результатів навчання навчальним матеріалам

Теми	ПР1	ПР5	ПР8	ПР12	ПР13
Тема 1					
Тема 2					
Тема 3					
Тема 4					
Тема 5					
Тема 6					

Форми та методи навчання

Методи навчання: інтерактивні лекції, розв'язування індивідуальних завдань, тренінги, обговорення, командна робота, інформаційно-ілюстративний та проблемний методи навчання із застосуванням ділових ігор; аналіз конкретних ситуацій (case study).

Технології навчання: ігрові, навчання у співробітництві, мозковий штурм, дослідницьке навчання.

Інструменти, обладнання, програмне забезпечення

-технічні засоби навчання: мультимедійне обладнання, ноутбук;
 -програмне забезпечення: MS Windows, доступ до Інтернет;
 -програмне забезпечення: технології Google (Google Trends, Google Analytics); Similarweb; Facebook, Instagram; ChatGPT;
 -програмне забезпечення: система дистанційного навчання Moodle.

Порядок оцінювання програмних результатів навчання

Поточний контроль здійснюється за виконанням завдань під час лабораторних робіт; за підсумками роботи під час лекційних занять. Підсумковий контроль відбувається у вигляді проходження двох модульних контролів у формі тестування на університетській платформі MOODLE.

У тесті передбачено 27 запитань різної складності:

- рівень 1 – 20 запитань по 0,6 бала (12 балів),
- рівень 2 – 5 запитань по 1 балу (5 балів),
- рівень 3 – 2 запитання по 1,5 бала (3 бала).

Усього – 20 балів.

Усі форми контролю включено до 100-бальної шкали оцінювання.

Шкала оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид заняття	Бали
1. Поточна складова оцінювання	
1.1. Лабораторна робота 1. SEO-копірайтинг для сайту культурного проекту	9
1.2. Лабораторна робота 2. Розробка стратегії SMM для мистецького заходу	9
1.3. Лабораторна робота 3. Аналіз ефективності акаунта закладу культури в соціальній мережі	9
1.4. Лабораторна робота 4. Проведення WEB-аналітики сайту закладу культури	9
1.5. Лабораторна робота 5. Зовнішній SEO-аудит сайту закладу культури	9
1.6. Лабораторна робота 6. Таргетована реклама в Facebook для культурної події	8
1.7. Робота на лекціях	7
Всього поточна складова оцінювання:	60
2. Модульна складова оцінювання	
2.1. Модульний контроль №1	20
2.2. Модульний контроль №2	20
Всього підсумкова складова оцінювання:	40
Разом:	100

Рекомендована література

Основна

1. Avinash Kaushik Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity. <https://kaushik.net/avinash>
2. Barden Ph., Sutherland R. Decoded: The Science Behind Why We Buy. Wiley, 2022. 288 p.
3. McDonald J. Social Media Marketing Workbook: How to Use social media for Business. Independently published, 2022. 448 p.
4. SEO for Beginners: An Introduction to SEO Basics. SEJ. URL: <https://www.searchenginejournal.com/seo-guide/>.
5. Павленко Ю.С. Пошукова оптимізація, технології та сервіси веб-аналітики : конспект лекцій [Електронний ресурс] / Ю.С. Павленко; ВНУ імені Лесі Українки. Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2022. 51 с. <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/21864/1/SEO.pdf>

Допоміжна

6. Борисова Т. М. Комплексний Інтернет-маркетинг : навч. посіб. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. 272 с
7. Василів В. Б. Методичні вказівки до виконання лабораторних робіт з дисципліни «SEO оптимізація та Web-аналітика» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за освітньо-професійною програмою «Інформаційні технології в бізнесі» спеціальності 126 «Інформаційні системи та технології» денної та заочної форм навчання. [Електронне видання] Рівне : НУВГП, 2024. 72 с.
8. Гнилякевич-Проць, І., & Зінькова, С. (2022). Оцінювання ефективності оптимізації та просування вебсайту за трафіковими та конверсійними технологіями. Підприємництво та інновації, (24), 77-82. <https://doi.org/10.32782/2415-3583/24.12>
9. Щербаков С. «Таргетована реклама в соціальних мережах: просто в яблучко. Отримуйте більше клієнтів із Facebook та Instagram». Фоліо, 2018. 256 с.

Інформаційні ресурси в Інтернет

1. Google Analytics <https://analytics.google.com/>
2. Google Trends <https://trends.google.com>
3. SimilarWeb <https://www.similarweb.com/>
4. Ahrefs <https://ahrefs.com/>
5. Popsters <https://popsters.com/>
6. Buffer Analyze <https://buffer.com/>

Поєднання навчання та досліджень

Здобувачі мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру з тематики дисципліни:

- участь у науковій конференції (доповідь, тези доповіді) – 5 балів;
- презентація дослідного характеру – 5 балів;
- публікація наукової статті – 10 балів;

За конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни студентам також можуть бути зараховані додаткові бали (до 3 балів).

ПОЛІТИКИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)

Комунікативність; вміння чітко формулювати свою думку; навички командної роботи, навички ефективного мислення; вміння сприймати конструктивну критику; стресостійкість; орієнтація на результат; управлінські навички; організованість; здатність до саморозвитку; креативність.

Дедлайни та перескладання

Поточні терміни захисту практичних робіт становлять два тижні після проведення заняття. Крайні терміни захисту практичних робіт регламентується останнім тижнем перед початком екзаменаційної сесії.

У разі невиконання студентом вимог щодо поточного оцінювання протягом семестру (невчасне виконання завдання) оцінку може бути знижено в межах 1 балу.

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно з «Порядком ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <https://ep3.nuwm.edu.ua/25072/>. За цим документом реалізується право студента на повторне проходження дисципліни. Оголошення стосовно дедлайнів здачі та перездачі оприлюднюються на сторінці MOODLE <http://surl.li/ojmyj>.

Неформальна та інформальна освіта

Студенти мають право на перезарахування результатів навчання, набутих шляхом неформальної та інформальної освіти (<http://nuwm.edu.ua/sp/neformalna-osvita>). Студенти можуть самостійно опанувати матеріал для перезарахування результатів навчання на платформах Prometheus, Coursera, edEx, edEra. При цьому важливо, щоб знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-курсу чи його частин, мали зв'язок з очікуваними програмними результатами навчальної дисципліни та перевірялись в підсумковому оцінюванні.

Увага: Перед початком проходження обраних курсів необхідно отримати згоду викладача.

Правила академічної доброчесності

При виконанні лабораторної роботи пропонується власний вибір об'єкта дослідження. Вибір фіксується в документі зі спільним доступом. Об'єкт дослідження не повинен повторюватися. У разі виявлення копіювання результатів виконання завдань студенту завдання не зараховується. Студент повторно отримує завдання і виконує його самостійно.

Документи стосовно академічної доброчесності (про плагіат, порядок здачі звіту, кодекс честі студентів, документи Національного агентства стосовно доброчесності) наведені на сторінці НУВГП <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>

Вимоги до відвідування

- Заняття відбуваються згідно розкладу <https://desk.nuwm.edu.ua/cgi-bin/timetable.cgi> офлайн або онлайн за допомогою Google Meet за лінком: <https://meet.google.com/>
- Консультації проводяться за потреби в режимі онлайн за допомогою Google Meet у домовлений час зі студентами.
- Здобувачі можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але виключно в навчальних цілях.
- Студенту не дозволяється пропускати заняття без поважних причин.

За наявності об'єктивних причин пропуску занять, студенти можуть самостійно ознайомитися з теоретичним матеріалом на платформі MOODLE <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=6024> .

Автор

Бабич Т.Ю.

к. екон. наук, доцент кафедри філософії та культурології

Автор

Доцент кафедри комп'ютерних технологій та економічної кібернетики

Тетяна БАБИЧ

Затверджено

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи

Валерій СОРОКА



документ підписаний КЕП
Номер документа СИЛ №765
Підписувач Сорока Валерій Степанович
Підписувач (дані КЕП):
Сертифікат 58E2D9E7F900307B04000000807E2D0054327D00