**Предметом** дисципліни “Реклама у соціальних мережах” є
загальнотеоретичні положення, що розкривають особливості виникнення та
функціонування соціальних мереж як майданчиків для розгортання та
підтримки соціальних та бізнес-проектів.

**Мета вивчення** дисципліни “Реклама у соціальних мережах” –
сформувати у студентів необхідний обсяг теоретичних і практичних знань
про механізми успішного просування бізнесу в соціальних мережах.

**Основні завдання** дисципліни –
сприяння оволодінню студентами навичками створення рекламного контенту для соціальних мережах; вивчення механізмів просування в соціальних
мережах; формування знань щодо оцінки ефективності роботи в соціальній
мережі; вивчення принципів побудови SMM-стратегії.

**Вимоги до знань і умінь**Вивчення навчальної дисципліни передбачає досягнення такого кваліфікаційного рівня підготовки студента, за якого він повинен:
**а) знати**

* специфіку різних соціальних мереж, їхні функції, алгоритми їх роботи;
* переваги в недоліки різних соціальних мереж;
* можливості соціальних мереж для різних цілей (комерційних/некомерційних);
* основні соціальні мережі, в яких можна ефективно побудувати
бізнес;
* способи просування в соціальних мережах;
* критичні помилки, яких можна припуститись при просуванні в соціальних мережах;

**б) уміти**

* володіти технологією роботи у Facebook, Instagram, Telegram,
YouTube;
* створювати стратегії просування в соціальних мережах;
* визначати головні завдання кампанії з просування;
* вибирати майданчики в соціальних мережах для просування;
* створювати і розвивати групи в соціальних мережах;
* визначати особливості поведінки цільової аудиторії;
* організовувати ефективні рекламні кампанії, акції;
* аналізувати показники ефективності роботи в соціальних мережах;
* оцінювати ефективність роботи в соціальній мережі;
* відрізняти аудиторію соціальних мереж і методи роботи в кожній з мереж;
* створювати контент для різних соціальних мереж;
* збирати і обробляти статистику Instagram-сторінки та Facebook
сторінки.