

Лабораторне заняття ЗМ 2

Концепція Social Media Marketing (SMM). Ініціалізація понять.

1. Концепція Social Media Marketing: ініціалізація понять.
2. SMM-стратегія: етапи створення.

Завдання з проєктної роботи:

Проект. Розробка SMM-стратегії для SMM book

1. Визначення власного об'єкту дослідження для розробки на його базі SMM book.
2. Розробити і заповнити бриф для побудови SMM-стратегії власного об'єкту.

Завдання аналітичне:

1. Формування підбірки сучасних трендів в різних соціальних мережах (див. Додаток ЗМ2). Вивчення результатів глобальних досліджень та формування власних висновків. **Подати у вигляді резентації.**
2. Провести ініціалізацію понять за планом лабораторного (подати у вигляді презентації) (див. Додаток ЗМ2.1.).

ДОДАТОК ЗМ2

Аналітичне завдання (ЗМ2):

Глобальні тренди та локальні алгоритми 2026

Мета: Сформувати експертне бачення ринку перед розробкою стратегії.

1. Опрацювати звіт (Digital 2026) та виділити 3 ключові світові тренди, що впливають на поведінку користувачів.
2. Топові соцмережі в Україні: алгоритми та тренди: TikTok, Instagram, Telegram, Facebook, Threads.

Питання контрольні:

1. «Які з цих трендів стануть ключовими для просування мого об'єкта (JD)?»
2. «На якій платформі ми зможемо отримати найдешевше охоплення завдяки знанню алгоритмів?»

Форма подачі:

Аналітична записка або презентація, де на кожному слайді:

Назва соцмережі — Принцип роботи алгоритму — Ключовий тренд — Прогноз для проєкту.

Додаток ЗМ.2.1

1. Фундаментальні поняття: SMM-стратегія, екосистема бренду в соцмережах, присутність (Presence)
2. Поняття аналізу та аудиту: бенчмаркінг (Competitor Benchmarking), Tone of Voice (ToV), Social Listening (Соціальне прослуховування).
3. Поняття контенту та охоплення: контент-план vs рубрикатор, User-Generated Content (UGC), віральність (Virality).
4. Метрики та ефективність (KPI): Reach (охоплення), Impressions (покази), Engagement Rate (ER), CPA (Cost Per Action).