**Лабораторне заняття 3. Медіа планування, аналітика і оцінка ефективності SMM кампаній**

**Тема:** Медіа планування, аналітика і оцінка ефективності SMM кампаній в мережевому медіа просторі.

**Мета:** дати студентам уявлення про медіа планування, аналітики і оцінки ефективності SMM-кампаній в мережевому медіапросторі.

**Набування студентами компетенцій**: ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

**Забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам:** ПРН 7 Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

**Знання та вміння**, які придбані в результаті освоєння теми, що формуються компетенції або їх частини.

В результаті освоєння теми навчаються набувають:

*знання* основних етапів медіа планування;

*вміння* використовувати і створювати правильний контент для PR кампанії в соціальних мережах.

володіння навичками по оцінці ефективності SMM-кампаній в мережевому медіапросторі.

Актуальність теми: вивчення основних особливостей використання SMM-технології дозволить студенту на практиці використовувати отримані знання.

**План** лабораторної роботи:

1. Медіа планування.

2. Оцінка ефективності SMM-кампанії.

3. Лідогенераціі.

**Запитання і завдання**:

1. Сучасні системи аналітики сайтів.

2. Перерахуйте основні принципи моделі масової лідогенераціі.

3. Перерахуйте етапи реалізації масової лідогенераціі.

4. Заповніть порівняльну таблицю «Майданчики просування бізнесу »на прикладі власного бізнесу (розробляється в рамках дисципліни бізнес-проекту).