

План семінарського заняття:

Планування та організація SMM діяльності

Мета заняття:

- Ознайомити студентів з основними етапами планування SMM-кампанії.
- Навчити складати контент-плани та графіки публікацій.
- Продемонструвати використання інструментів аналітики для оцінки ефективності SMM-активностей у популярних соціальних мережах (Facebook, Instagram, LinkedIn).
- Розвинути навички аналізу даних та прийняття рішень на їх основі.

Хід заняття:

I. Теоретична частина

- **Що таке SMM-планування:**
 - Визначення SMM-планування.
 - Важливість планування для успішної SMM-кампанії.
 - Етапи SMM-планування.
- **Контент-планування:**
 - Визначення цільової аудиторії.
 - Формування контент-стратегії.
 - Типи контенту для різних соціальних мереж.
 - Складання контент-календаря.
- **Інструменти аналітики:**
 - Огляд основних інструментів аналітики в Facebook, Instagram, LinkedIn.
 - Ключові метрики для оцінки ефективності SMM-кампаній.

II. Практична частина

- **Робота в групах:**
 - Розподіл студентів на групи.
 - **Завдання:** Кожна група обирає одну з соціальних мереж (Facebook, Instagram, LinkedIn) та розробляє контент-план для уявного бренду або особистої сторінки.
 - Завдання для груп:
 - Визначити цільову аудиторію.
 - Скласти контент-календар на тиждень.
 - Вибрати ключові метрики для відстеження.
 - Обговорити, які інструменти аналітики будуть використовуватися.
- **Презентація результатів роботи груп:**
 - Кожна група презентує свій контент-план та обґрунтовує свої рішення.
 - Обговорення результатів.

Додаткові завдання:

- **Аналіз кейсу:** Аналіз успішної SMM-кампанії відомого бренду.
- **Практичне завдання:** Створення сторінки в соціальній мережі та публікація перших постів відповідно до розробленого контент-плану.
- **Прогнозування:** Складання прогнозу розвитку SMM на наступний рік.

Тестові завдання

Завдання 1:

Який з наведених інструментів є найбільш ефективним для відстеження взаємодії аудиторії з публікаціями в Instagram?

- А) Google Analytics
- Б) business.facebook.com
- В) Instagram Insights

Завдання 2:

Який з наступних елементів є найважливішим для успішного контент-планування?

- А) Велика кількість публікацій
- Б) Висока частота публікацій
- В) Розуміння цільової аудиторії
- Г) Використання всіх можливих форматів контенту

Завдання 3:

Яка з наведених метрик найкраще відображає залученість аудиторії в соціальних мережах?

- А) Кількість підписників
- Б) Кількість переглядів сторінки
- В) Кількість лайків, коментарів і репостів
- Г) Кількість кліків на посилання