

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут журналістики  
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

**ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ**  
**з дисципліни**  
**«SMM стратегії та інструменти»**

**Курс I, освітній рівень другий (магістр)**

Спеціальність: 061 «Журналістика»

освітня програма «Видавнича справа та редагування»

**Форма проведення:** тести + виконання письмового практичного завдання

**Тривалість проведення:** 2 академічні години

**Максимальна кількість балів:** 40 балів (один бал за одне питання), а саме:

36-40 балів – відмінно

31-35 балів – дуже добре

26-30 балів – добре

21-25 балів – задовільно

16-20 балів – достатньо

11-15 балів – незадовільно з можливістю повторного складання

1-10 балів – незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу

**Критерії оцінювання:** студентам пропонується виконати 20 тестових завдань відкритого типу зі змістових модулів 1-4 (5 по кожному). Правильна відповідь простого тестового завдання оцінюється 1 балом;

Тестові завдання враховують як знання студентів, так вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних задач. Також студенти мають виконати письмове практичне завдання, яке оцінюється максимально 20 балів.

**Орієнтовний перелік тем для підготовки до тестових завдань:**

1. Сучасні технології супроводження соціальних комунікативних процесів.
2. Хай-тек технології в контексті сучасних комунікаційних процесів.
3. Технології Хай-х'юм: специфіка та принципи застосування в рекламі та PR.
4. Інституалізація сучасного суспільства в форматі Інтернет.
5. Історія виникнення та становлення мережі Інтернет.
6. Технології комунікації в форматі Web 1.0
7. Структура та специфіка використання комунікативних технологій у форматі Web 2.0.

8. Система Web 3.0 в системі сучасних соціальних комунікацій та перспективи подальшого розвитку.
9. Технології оптимізації веб-ресурсів: SEO, SMO.
10. Інструменти моніторингу та оптимізації веб-ресурсів в пошуковій системі Google.
11. Технології оцінки та промоції в пошуковому ресурсі Yandex.
12. Структура та принципи функціонування типової соціальної мережі.
13. Типологія та класифікація сучасних віртуальних соціальних мереж.
14. Структура та принципи функціонування соціальної мережі Facebook.
15. Шляхи та методи застосування мережі Facebook у рекламі та PR.
16. Структура та принципи функціонування соціальної мережі VKontakte.
17. Комунікаційні інструменти в форматі мережі VKontakte.
18. Структура та базові положення соціальної мережі LinkedIn.
19. Структура та специфіка функціонування соціальної мережі Однокласники.ru
20. Принципи та правила застосування соціальної мережі Однокласники.ru в галузі реклами та зв'язків з громадськістю.
21. Контекстна реклама: базові принципи та шляхи застосування.
22. Інструменти та правила промоції контенту в соціальних мережах.
23. Інструменти та шляхи промоції корпоративних брендів в соціальних мережах.
24. Шляхи та методи промоції публічних осіб в соціальних мережах.
25. Стратегія промоції в соціальних мережах: структура та базові принципи.
26. Тактичні схеми промоції у соціальних мережах та їх специфіка та особливості.

### **Практичні завдання:**

1. Розробити орієнтовний план промоції корпоративного бренду в соціальних мережах (комерційна, політична, державна, громадська структура).
2. Розробити орієнтовний план промоції товару або послуги у соціальних мережах.
3. Підготувати пропозиції з оптимізації веб-порталу в пошуковій системі Google.
4. Підготувати пропозиції з оптимізації веб-порталу в пошуковій системі Yandex.
5. Дати оцінку ефективності реальної кампанії із промоції рекламної інформації в соціальних мережах (на вибір).
6. Оцінити інформативність та ефективність промоції реального блогу (на вибір).
7. Дати оцінку ефективності інформаційної кампанії із промоції публічної особи (на вибір) в соціальних мережах.
8. Підготувати пропозицію із промоції контенту в системі Web 3.0

9. Оцінити ефективність реальної тематичної дискусії в соціальній мережі.
10. Оцінити інформаційну ефективність особистого аккаунту в соціальній мережі.
11. Оцінити інформаційну цінність конкретної тематичної групи (на вибір) в соціальній мережі.
12. Розробити пропозиції з промоції у мережі LiveJournal.

Екзаменатор:

доцент О. В. Курбан

Завідувач кафедри

професор Л. М. Новохатько