

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Навчально-науковий інститут української філології та журналістики
Кафедра журналістики

**Журнал
обліку роботи студентської
проблемної групи**

Назва	SMM: Просування продукту в соціальних мережах
Науковий керівник	Оксана ПОЧАПСЬКА
Староста	Ольга ГІДЗІЛЬ
Навчальний рік	2025-2026

Кам'янець-Подільський – 2025

1. Список членів студентської проблемної групи

<i>№ з/п</i>	<i>Прізвище, ім'я, по батькові</i>	<i>З якого року займається НДР</i>	<i>Напрямок підготовки (спеціальність)</i>	<i>Курс</i>	<i>Група</i>
1.	Гідзіль Ольга Анатоліївна	2025	Журналістика	2	Zh1-B24
2.	Медвідь Уляна Володимирівна	2025	Журналістика	2	Zh1-B24
3.	Щербань Анастасія Валентинівна	2025	Журналістика	2	Zh1-B24
4.					

„Затверджую”
Зав. кафедри журналістики

 Л.М. Марчук
„15” вересня 2025 р.

2. План роботи студентської проблемної групи

№ з/п	ЗМІСТ РОБОТИ	Термін виконання	Відповідальний за виконання
1.	Основи SMM: Що таке просування в соціальних мережах?	Жовтень	Керівник, члени групи
2.	Аналіз аудиторії: Як визначити цільову аудиторію для SMM-кампанії?	Жовтень	Керівник, члени групи
3.	Контент-стратегія: Планування та створення якісного контенту для соцмереж.	Листопад	Керівник, члени групи
4.	Алгоритми соціальних мереж: Як працюють алгоритми Facebook, Instagram, TikTok?	Листопад	Керівник, члени групи
5.	Інструменти для аналітики: Огляд сервісів для аналізу ефективності кампаній.	Грудень	Керівник, члени групи
6.	Візуальний контент: Роль зображень, відео та інфографіки у SMM.	Грудень	Керівник, члени групи
7.	Поведінкові інсайти: Як соціальні мережі збирають дані та аналізують поведінку користувачів.	Січень	Керівник, члени групи
8.	Кросплатформенний маркетинг: Як ефективно просувати продукт на кількох платформах.	Січень	Керівник, члени групи
9.	Кейси успішного просування продуктів в соціальних мережах.	Лютий	Керівник, члени групи
10.	Influencer-маркетинг: Співпраця з блогерами для підвищення впізнаваності бренду.	Лютий	Керівник, члени групи
11.	Органічне просування vs. платна реклама: Стратегії та ефективність.	Березень	Керівник, члени групи
12.	Таргетинг в соцмережах: Створення ефективних рекламних кампаній.	Березень	Керівник
13.	Кризи в соціальних мережах: Як справлятися з негативом та зберігати репутацію бренду.	Квітень	Керівник, члени групи
14.	SMM-інструменти для автоматизації: Планувальники постів, чат-боти, аналітика.	Квітень	Керівник
15.	Гейміфікація та інтерактивний контент: Як залучити аудиторію через ігрові механіки.	Травень	Керівник, члени групи
16.	Етика та законодавство в SMM: Правила поведінки та дотримання конфіденційності даних.	Травень	Керівник, члени групи

4. Календарний план занять студентської проблемної групи на 2025-2026 навчальний рік

Заняття 1

14.10.2025 р.

Основи SMM: Що таке просування в соціальних мережах?

- Огляд принципів SMM та ключових платформ для просування продукту.
- Роль соціальних мереж у сучасному маркетингу та їх вплив на споживачів.

Заняття 2

28.10.2025 р.

Аналіз аудиторії: Як визначити цільову аудиторію для SMM-кампанії?

- Визначення критеріїв сегментації аудиторії (демографія, інтереси, поведінка).
- Використання аналітичних інструментів для аналізу аудиторії соцмереж.

Заняття 3

11.11.2025 р.

Контент-стратегія: Планування та створення якісного контенту для соцмереж

- Як створити контент-план, що враховує інтереси аудиторії та цілі бренду.
- Способи створення цікавого та візуально привабливого контенту.

Заняття 4

25.11.2025 р.

Алгоритми соціальних мереж: Як працюють алгоритми Facebook, Instagram, TikTok?

- Огляд принципів роботи алгоритмів і як вони впливають на видимість контенту.
- Методи оптимізації контенту для кращого охоплення та залучення.

Заняття 5

09.12.2025 р.

Інструменти для аналітики: Огляд сервісів для аналізу ефективності кампаній

- Використання Google Analytics, Facebook Insights та інших інструментів для збору даних.
- Аналіз ключових показників (охоплення, взаємодії, конверсії) для оцінки ефективності кампанії.

Заняття 6

23.12.2025 р.

Візуальний контент: Роль зображень, відео та інфографіки у SMM

- Створення візуально привабливого контенту: технічні аспекти та поради.
- Важливість відеоконтенту та його вплив на залучення користувачів.

Заняття 7

13.01.2026 р.

Поведінкові інсайти: Як соціальні мережі збирають дані та аналізують поведінку користувачів

- Огляд механізмів збору даних у соцмережах (кукі, лайки, коментарі, перегляди).
- Як використовувати поведінкові дані для персоналізації контенту та реклами.

Заняття 8

27.01.2026 р.

Кросплатформенний маркетинг: Як ефективно просувати продукт на кількох платформах

- Стратегії синхронізації кампаній на різних платформах (Facebook, Instagram, TikTok).
- Важливість адаптації контенту для кожної соціальної мережі.

Заняття 9

10.02.2026 р.

Кейси успішного просування продуктів в соціальних мережах

- Розбір прикладів успішних SMM-кампаній: що працювало і чому.
- Аналіз помилок у невдалих кампаніях та уроки для вдосконалення.

Заняття 10

10.03.2026 р.

Influencer-маркетинг: Співпраця з блогерами для підвищення впізнаваності бренду

- Як правильно вибрати блогерів та інфлюенсерів для співпраці.
- Способи оцінки ефективності кампаній з інфлюенсерами.

Заняття 11

24.03.2026 р.

Органічне просування vs. платна реклама: Стратегії та ефективність

- Порівняння переваг і недоліків органічного просування та таргетованої реклами.
- Як інтегрувати органічні та платні методи для досягнення максимальних результатів.

Заняття 12

14.04.2026 р.

Таргетинг в соцмережах: Створення ефективних рекламних кампаній

- Вибір цільової аудиторії та використання персоналізованого таргетингу.
- Аналіз результатів та оптимізація рекламних кампаній на основі аналітики.

Заняття 13

28.04.2026 р.

Кризи в соціальних мережах: Як справлятися з негативом та зберігати репутацію бренду

- Стратегії кризового менеджменту у соцмережах: підготовка до негативних ситуацій.
- Способи ефективної комунікації з аудиторією під час кризи.

Заняття 14

12.05.2026 р.

SMM-інструменти для автоматизації: Планувальники постів, чат-боти, аналітика

- Огляд інструментів для автоматизації публікацій та управління контентом.
- Як використовувати чат-ботів для взаємодії з аудиторією та покращення х сервісу.

Заняття 15

20.05.2026 р.

Гейміфікація та інтерактивний контент: Як залучити аудиторію через ігрові механіки

- Створення інтерактивних конкурсів, вікторин та викликів для підвищення залучення.
- Приклади успішного використання гейміфікації в SMM.

Заняття 16

Етика та законодавство в SMM: Правила поведінки та дотримання конфіденційності даних

- Дотримання конфіденційності даних та основні вимоги до персональних даних (GDPR).
- Етичні принципи взаємодії з аудиторією та відповідальність за контент