BASIC01 - სოციალური მედია მენეჯმენტი - სასერტიფიკატო კურსი

სასწავლო კურსის დასახელება და კოდი	**სოციალური მედია მენეჯმენტი**	BASIC01

სასწავლო კურსის სტატუსი	სასერტიფიკატო კურსი
კრედიტების და საათების რაოდენობა	**შეფასება:** 100 ქულა (დასწრება - 10 ქულა, დავალება - 30 ქულა, შუალედური გამოცდა – 20 ქულა, საბოლოო პროექტი - 40 ქულა.) საგნის მინიმალური შეფასებაა 71 ქულა. **<u>საკონტაქტო საათები:</u>** ● ლექცია 14 - სულ საკონტაქტო საათი: 28
ლექტორი	ლიკა მოშიაშვილი საკონტაქტო ინფორმაცია: მობ: 577520952 ელექტრონული მისამართი: likamoshiashvili@gmail.com
სასწავლო კურსის ფორმატი	ინტერაქტიული ლექცია, ინდივიდუალური და ჯგუფური მუშაობა, დისკუსია, პრაქტიკული სამუშაო.
სასწავლო კურსის მიზანი	სოციალური მედია მენეჯერი დღეს ერთ-ერთი ყველაზე მოთხოვნადი პროფესიაა. ინტერნეტ მომხმარებლების რიცხვის ზრდასთან ერთად, კომპანიები სულ უფრო დიდ ყურადღებას აქცევენ მომხმარებლებთან ონლაინ კომუნიკაციას. უამრავი დამხმარე კომპიუტერული პროგრამისა თუ ონლაინ სერვისის საშუალებით, დღეს საკუთარი ძალებითაც არის შესაძლებელი იმის გაკეთება, რისთვისაც სხვადასხვა კომპანია სპეციალისტებს იშველიებს. კურსის მიზანია სტუდენტებს გააცნოს ახალი მედიის შესაძლებლობები, დაეხმაროს სოციალური მედიის ეფექტურად გამოყენებაში, გააცნოს სხვადასხვა სოციალური მედიის არხების დამატებითი შესაძლებლობები, რათა მომავალში მსმენელებმა შეძლონ ამ სოციალური არხების თავიანთ საჭიროებებზე მორგება.

სწავლის შედეგი	**კურსის გავლის შედეგად სტუდენტებს ეცოდინებათ:** ❑ პოპულარული სოციალური მედია არხების შექმნა და მართვა; ❑ წერა სოციალური მედიისთვის, სხვადასხვა სოციალური არხის საშუალებით ინფორმაციის ეფექტური გავრცელება; ❑ რეკლამა სოციალურ ქსელებში; ❑ გუგლის სერვისებთან მუშაობა; ❑ Google Adwords; ❑ ვებ გვერდებისა და სხვა ვებრესურსების ოპტიმიზირება საძიებო სისტემებისათვის; ❑ ბრიფის და რეპორტის მომზადება; ❑ კამპანიების დაგეგმვა და განხორციელება;

#		**სასწავლო კურსის შინაარსი**
1	**ლექცია 1** (2 საათი)	**კურსისა და სტუდენტების გაცნობა:** ● მისალმება, სტუდენტების გაცნობა; ● სილაბუსისა და სასწავლო პროგრამის გარჩევა; ● სტუდენტების მოლოდინები ამ კურსისგან; **შესავალი სოციალურ მედიაში - ტრადიციული და ახალი მედია** **დავალება:** http://metric.ge http://net.adjara.com/Movie/main?id=17494 https://goo.gl/Fzhx8K
2	**ლექცია 2** (2 საათი)	სტრატეგია ● ბრიფი ● სტრატეგია ● ციფრული კამპანიები

3	**ლექცია 3** (2 საათი)	**სოციალირი ქსელები - მათი თავისებურებები და უპირატესობები:** Facebook - ყველაზე პოპულარული ქსელი საქართველოში; Instagram - ფოტოების დამუშავება და გავრცელება; Twitter – და მიკრობლოგინგი; YouTube – და ვირუსული ვიდეო; Issuu – და ონლაინ ჟურნალი; Flickr – და ონლაინ ფოტო გალერეა; Pinterest – და ონლაინ ფოტო ალბომი; Linkedin – და სოციალური ქსელი საქმიანი ადამიანებისათვის; Wikipedia – და რას ნიშნავს ვიკი ტექნოლოგია; Tripadvisor - და ბიზნესის რეკლამის საშუალებები; Google+ – და ფეისბუქის ანალოგი Asana - პლათფორმა ჯგუფური მუშაობისთვის Snapchat -
4	**ლექცია 4** (2 საათი)	● **მუშაობის პროცესი სააგენტოებში** ● **როგორ შევქმნათ კონტენტი?** ● **როგორ ჩავშალოთ კამპანია სოც.მედია არხებში?** ● **ქოფირაითინგი**
5	**ლექცია 5** (2 საათი) way to	**როგორ ვაქციოთ სისუსტე უპირატესობად?** ● SWOT ანალიზი ● საუკეთესო ბრიფი პრობლემის შესახებაა ● როგორ ვაქციოთ პრობლემა კრეატიულ კამპანიად ● Case-ების გარჩევა ქართულ და უცხოურ ბაზრებზე ● Workshop
6	**ლექცია 6** (2 საათი)	● **არასტანდარტული მედია არხების გამოყენება** ● **როგორ დავამახსოვროთ თავი მომხმარებელს** ● **მილენიალები და generation Z, როგორც მთავარი (მომავლის) აუდიტორია** ● **რატომ არ უნდა ჩამოვრჩეთ თანამედროვე ტექნოლოგიებს** ● Case-ების გარჩევა ქართულ და უცხოურ ბაზრებზე ● Workshop
7	**ლექცია 7** (3 საათი)	**შუალედური გამოცდა I** - ბრიფების მომზადება **(20 ქულა)**

8	**ლექცია 8** (2 საათი)	**თუ იცი ვის უმიზნებ, თითქმის წარმატებული ხარ** ● იცოდე საკუთარი პროდუქტი საუკეთესოდ ● იპოვე თანამოაზრეები და გაიგე რა მოსწონთ მათ ● თანაკვეთის წერტილები (გეოგრაფია, დრო, ჩვევები, გაცხადებული/ფარული სურვილები) ● აჩვენე რომ მათიანი ხარ და ისინი მუდამ დაგიცავენ ● Success Case - ზომა-ს Launch კამპანია ● მიზანში მორტყმა ● დაგეგმე და იბატონე. შექმენი შენი Value Proposition ● კონტენტი კვლავაც მეფეა. შექმენი სწორი კონტენტ სტრატეგია ● რატომ არ უნდა დაგავიწყდეს Targeting-ის როლი? ● აუდიტორიების შექმნა, ზრდა და გამოყენება
9	**ლექცია 9** (2 საათი)	**თრექინგი, როგორც პულსზე ხელი** ● მნიშვნელოვანი მეტრიკები, რომელსაც მუდმივად უნდა ვუყუროთ ● გაზომვა გვაძლევს მეტ მოქნილობას ● რემარკეტინგის და პიქსელების დაუფასებელი შესაძლებლობები ● გავიგოთ რა არ მუშაობს და მყისიერად მოვისროლოთ სანაგვეზე ● მათემატიკა > Gut Feeling ციფრულ მარკეტინგში. Fail Case - “პიცუნდა”
10	**ლექცია 10** (2 საათი)	**როგორ გავიმარჯვოთ ციფრულ ომში? - ლექცია/ ვორქშოფი** ● როგორ მივაღწიოთ წარმატებას ციფრულ მედიაში? - მოწვეული სპიკერეი ● საბოლოო პროექტების მიმოხილვა ● ბრიფის მიმოხილვა ● კამპანიის მიმოხილვა ● კამპანიაზე მუშაობის სტრატეგია ● დავალება

11	**ლექცია 11** (2 საათი)	**შესავალი ციფრულ რეკლამაში. პლატფორმების მიმოხილვა,მათი უპურატესობები** ● **Facebook** ● **Google** ● **Linkedin** ● **instagram**
12	**ლექცია 12** (2 საათი)	**რეკალმის აგების სტრუქტურა და ამოცანები სხვადასხვა სარეკლამო პლატფორმებზე.** ● **Objectives** ● **Audience research**
13	**ლექცია 13** (2 საათი)	**რეკლამის შედეგების სტატისტიკური ანალიზი.ძირითადი საჭირო მეტრიკების განხილვა და რეპორტინგი.** ● **Facebook analytics** ● **Google analytics** ● **Terms and definitions**
14	**ლექცია 14** (2 საათი)	**საბოლოო პროექტების პრეზენტაცია** პროექტების პრეზენტაცია ფიდბექი კითხვა/პასუხი კითხვის ნიშნები არ რჩება :)