

სასწავლო კურსის სტატუსი	საბაზისო სასერტიფიკატო კურსი BSCTBC108
შეხვედრებისა და საათების რაოდენობა	ხანგრძლივობა: 3 თვე შეხვედრების რაოდენობა: 20 ლექცია საათების რაოდენობა: 40 საათი
ლექტორი	ქეთევან ახვლედიანი Email: ketevan.akhvlediani@geolab.edu.ge
სასწავლო კურსის ფორმატი	სასწავლო კურსის მიზანია, სტუდენტებს მისცეს საბაზისო ცოდნა სოციალური მედია მარკეტინგის მიმართულებით. კურსის მონაწილეები შეისწავლიან ონლაინ კამპანიების დაგეგმვას და სოციალური მედიის არხების საშუალებით ინფორმაციის გავრცელებას. კურსი მოიცავს ინტერაქციულ ლექციებს, ინდივიდუალურ დავალებებს და დისკუსიებს. კურსი პრაქტიკული ხასიათისაა. კურსის განმავლობაში მსმენელები საკუთარი იდეების რეალიზებისათვის საჭირო პრაქტიკულ უნარებს მიიღებენ. კურსის ბოლოს კი თავად განახორციელებენ საინფორმაციო კამპანიებს, რომლებიც მათი პორტფოლიოს ნაწილი გახდება.

#	სასწავლო კურსის შინაარსი	ძირითადი მიზნობები
ბლოკი 1	ციფრული კომუნიკაციის საფუძვლები	
ლექცია 1 (2 საათი)	• სილაბუსის/კურსის გაცნობა • სფეროს მიმოხილვა/შესავალი • რა არის კომუნიკაცია? • ციფრული და ტრადიციული კომუნიკაციები	ციფრული კომუნიკაცია, ტრადიციული კომუნიკაცია, საკომუნიკაციო არხები, მედია, განთავსება

ლექცია 2 (2 საათი)	რატომ და რაში სჭირდებათ ბრენდებს კომუნიკაცია? • მომხმარებლის ქცევა • სამიზნე აუდიტორია • ბრენდინგი • რა განსხვავებაა ბრენდსა და ბრენდინგს შორის? • პერსონიფიკაცია დავალება #1: სასურველი ბრენდის არჩევა და განხილვა: ბრენდის პოზიციონირება, ფილოსოფია, ღირებულებები და არქეტიპი	ბრენდი, ბრენდინგი, სამიზნე აუდიტორია, პერსონიფიკაცია, brand attributes, პოზიციონირება, reason to believe
ლექცია 3 (2 საათი)	სამიზნე აუდიტორია და Buyer Persona რა არის სამიზნე აუდიტორია • რა ტიპის სამიზნე აუდიტორიები არსებობს • რა არის Buyer Persona (იდეალური მომხმარებელი) • როგორ განვსაზღვროთ Buyer Persona ჩვენი ბრენდისთვის • როგორ მოვიძიოთ აუდიტორიაზე ინფორმაცია • როგორ გამოვიყენოთ აუდიტორია კონტენტში დავალება #2: არჩეული ბრენდის სამიზნე აუდიტორიის გაწერა დემოგრაფიული, ფსიქოგრაფიული და ქცევითი მახასიათებლებით. ამ აუდიტორიიდან 1 იდეალური მომხმარებლის დახასიათება.	სამიზნე აუდიტორია, იდეალური მომხმარებლის პროფილი, სამიზნე აუდიტორიის გამოყენება კონტენტში
ლექცია 4 (2 საათი)	ბრიფი და ინსაითი • რა არის ინსაითი • ინსაითების მაგალითები • რა არის ბრიფი • ბრიფის სტრუქტურა • საკომუნიკაციო კამპანიის დაგეგმვა დავალება #3: ფინალური პროექტის დავალება - პრობლემის არჩევა და კამპანიის შექმნა კურსის ბოლომდე ეტაპობრივად	ინსაითი, ბრიფი

ბლოკი 2	კონტენტ მარკეტინგი და ქოფირაითინგი	
ლექცია 5 (2 საათი)	ქოფირაითინგი და სთორითელინგი - როგორ ვაკეთოთ კონტენტი - რას ნიშნავს ქოფი და ქოფირაითინგი - რას ნიშნავს Tone Of Voice - ქოფირაითინგის ფორმულები - რა არის სთორითელინგი - რა როლი აქვს სთორითელინგს ბრენდის კომუნიკაციაში - როგორ გამოვიყენოთ AI კონტენტის შექმნასა და ქოფირაითინგში? პლატფორმების მიმოხილვა დავალება #4: ქოფების დაწერა Pas და Aida ფორმულებით	ქოფი, ქოფირაითინგი, სალაპარაკო ტონი, ფორმულები, სთორითელინგი
ლექცია 6 (2 საათი)	სტრატეგია - რა არის სტრატეგია? - სტრატეგიის სახეობები - ყველაფერი სტრატეგიის შექმნაზე და დაგეგმვაზე - სტრატეგიის ტიპები	სტრატეგია
ლექცია 7 (2 საათი)	კონტენტ სტრატეგია - რა არის კონტენტ სტრატეგია - რა არის კონტენტ ლაინი და როგორ უნდა გავწეროთ - კონტენტ კალენდარი დავალება #5: კონტენტ ლაინების გაწერა	კონტენტ სტრატეგია, კონტენტ ლაინი, კონტენტ კალენდარი, Canva
ლექცია 8 (2 საათი)	Meta Business Suite - ფეისბუქის ხელსაწყოები - Meta Business Suite - გვერდის შექმნა/გამართვა ტექნიკურად დავალება #6: გვერდის შექმნა/გამართვა	post scheduling, messages automation, Chatbot, syncing platforms
ბლოკი 3	რეკლამის კალა	
ლექცია 9 (2 საათი)	Facebook Ads Manager - Ads Manager - ის სტრუქტურა და განხილვა. - რეკლამის ტიპები - objectives - Placement - ების განხილვა - რეკლამის პოლიტიკა	ფეისბუქ სარეკლამო ანგარიში
ლექცია 10 (2 საათი)	Facebook Ads Manager - Custom Audiences - Lookalike Audiences - რა არის Pixel და რაში გვჭირდება? - Ad Content	ფეისბუქ სარეკლამო ანგარიში

ლექცია 11 (2 საათი)	Google Ads • Google Ads პლატფორმა • ინტერფეისი • Settings • Objectives • ალგორითმი • ანალიტიკის ხელსაწყოები	გუგლის სარეკლამო ანგარიში
ლექცია 12 (2 საათი)	Google Ads & Media Plan • Google Ads აუდიტორიები • Media Plans • საზომი ერთეულები • რეპორტირება • Google Analytics	Google-ის სარეკლამო ანგარიში
ბლოკი 4	SOCIAL MEDIA CHANNELS	
ლექცია 13 (2 საათი)	Meta - ფეისბუქი და ინსტაგრამი • როგორ გამოვიყენოთ ხელოვნური ინტელექტი ფბ/ინსტა გვერდების მართვისას • AI content making platforms/tools • რა განსხვავებაა კომუნიკაციებში პლატფორმების მიხედვით	როგორ გამოვიყენოთ ფეისბუქი და ინსტაგრამი ბრენდის სოციალური მედია მარკეტინგისთვის
ლექცია 14 (2 საათი)	ტიკტოკი • ტიკტოკი - რა შესაძლებლობები აქვს პლატფორმას • ტიკტოკის რეკლამა • ანალიტიკის ხელსაწყოები • AI content making platforms/tools	როგორ გამოვიყენოთ ტიკტოკი ბრენდის სოციალური მედია მარკეტინგისთვის
ლექცია 15 (2 საათი)	ლინკდინი და სხვა არხები • ლინკდინი - რა შესაძლებლობები აქვს პლატფორმას • რეკლამა ლინკდინზე • პინტერესტი • რედიტი	Linkedin, Pinterest, Reddit

ბლოკი 5	კურსის დახურვა	
ლექცია 16 (2 საათი)	პროექტების განხილვა/პრეზენტაცია და ლექტორთან უკუკავშირი	
ლექცია 17 (2 საათი)	პროექტების განხილვა/პრეზენტაცია და ლექტორთან უკუკავშირი	
ლექცია 18 (2 საათი)	პროექტების განხილვა/პრეზენტაცია და ლექტორთან უკუკავშირი	
ლექცია 19 (2 საათი)	პროექტების განხილვა/პრეზენტაცია და ლექტორთან უკუკავშირი	
ლექცია 20 (2 საათი)	საბოლოო პროექტების განხილვა/ პრეზენტაცია და ლექტორთან უკუკავშირი	