

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« _____ » 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Менеджмент та маркетинг у професійній сфері:
Ком'юніті менеджмент

для студентів

спеціальності **061 «Журналістика»**
рівня вищої освіти **першого (бакалаврського)**
освітньої програми **061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»**

Київ – 2024

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА	
Код ЄДРПОУ 45307965	
Програма № <u>3073/24</u>	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
<u>Григорук</u> (підпис)	<u>Григорук</u> (прізвище, ініціали)
« _____ »	20 <u>24</u>

Київський університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

 О. Б. Жильцов

« _____ » 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Менеджмент та маркетинг у професійній сфері:
Ком'юніті менеджмент

для студентів

спеціальності *061«Журналістика»*
рівня вищої освіти *першого (бакалаврського)*
освітньої програми *061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»*

Київ – 2023



Розробник:

Поліщук Тетяна Ігорівна, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

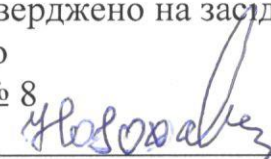
Викладач:

Поліщук Тетяна Ігорівна, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Факультету журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від 7 лютого 2023 року № 8

Завідувач кафедри

 Леонід НОВОХАТЬКО

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Реклама та зв'язки з громадськістю»

7 лютого 2023 року

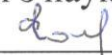
Гарант освітньо-професійної програми

 Маргарита НЕТРЕБА

Робочу програму перевірено

_____. _____. 2023 р.

Заступник декана Факультету журналістики з науково-методичної та навчальної роботи

 Вікторія СОШИНСЬКА

Пролонговано:

на 20~~23~~/20~~24~~ н.р. підпис (ПБ), «~~17~~» ~~01~~20~~24~~ р., протокол № 1

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____



1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання (денна)
Вид дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів/годин	2/60
Курс	2
Семестр	4
Кількість змістових модулів з розподілом:	2
Обсяг кредитів	2
Обсяг годин, в тому числі:	60
Аудиторні	28
Модульний контроль	4
Семестровий контроль	10
Самостійна робота	18
Форма семестрового контролю	Екзамен

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни – полягає в узагальненні та систематизації сучасної системи поглядів, теоретичних, методологічних та практичних підходів стосовно чинників формування менеджменту зі створення, підтримки та розвитку спільнот як складової бізнесу, бренду, громади.

Дисципліна спрямована на формування у здобувачів таких **загальних та фахових (професійних) компетентностей** освітньої програми підготовки бакалаврів спеціальності 061 «Журналістика» ОПІ «Реклама і зв'язки з громадськістю»:

- ЗК 3 Здатність бути критичним і самокритичним.
- ЗК 6 Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК 7 Здатність працювати у команді.
- ЗК 8 Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями
- ЗК 11 Здатність спілкуватися державною мовою.
- СК 4 Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність
- СК 5 Здатність ефективно просувати створений медійний, рекламний та PR-продукт
- СК 7 Здатність виконувати аналітико-прогностичну діяльність на основі дослідження сучасного інформаційного ринку
- СК 8 Здатність володіти емоційним інтелектом в умовах професійної діяльності

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

За результатами вивчення дисципліни здобувач має отримати такі **результати навчання** освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», а саме:

- РН 3 Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.
- РН 6 Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.
- РН 7 Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.
- РН 8 Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.
- РН 11 Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.
- РН 16 Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію
- РН 17 Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет платформах
- РН 19 Проводити якісні та кількісні дослідження в сфері реклами та зв'язків

з громадськістю з метою ефективного просування рекламного та PR-продукту

PH 20 Володіти емоціями з метою збереження емоційного балансу і налаштованості на позитивний результат в умовах професійної діяльності

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
			Аудиторна				Модульні	Самостійна
			Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні		
Модуль I								
Ком'юніті менеджмент: як розвивати спільноту								
1.1	Основи ком'юніті менеджменту: мета і завдання курсу	2	2					
1.2	Обов'язки ком'юніті менеджера: світові та українські приклади	2		2				
1.3	Основні навички ком'юніті менеджера	4			2		2	
1.4	Організація роботи зі спільнотою	2			2			
1.5	Формування команди спільноти задля реалізації локальних цілей	5	2				3	
1.6	Менеджмент спільноти на прикладі бюджету участі	2		2				
1.7	Об'єднання громади навколо спільної мети бюджету участі	6			2		4	
	Модульна контрольна робота	2				2		
	Разом за модулем 1	25	4	4	6		2	9
Модуль II								
Сучасне управління проєктами, формування спільнот								
2.1	Створення спільноти бренду	2	2					
2.2	Робота з аудиторією. Моніторинг користувачів	7		2			5	
2.3	Медіа ком'юніті	2			2			
2.4	Формування волонтерської спільноти	2			2			
2.5	Цифрові проєкти та їх спільноти	2	2					
2.6	Діджитал інструменти управління спільнотою	2			2			
2.7	Монетизація клубного членства	6			2		4	
	Модульна контрольна робота	2				2		
	Разом за модулем 2	25	4	2	8		2	9
	Семестровий контроль	10					10	
	Разом за семестр	60	8	6	14		4/10	18

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль I. Ком'юніті менеджмент: як розвивати спільноту

Лекція 1. Основи ком'юніті менеджменту: мета і завдання курсу (2 год.).

Об'єкт, предмет, мета, завдання, міждисциплінарні зв'язки курсу.
Структура і зміст курсу, організація навчального процесу.

Сутність і основні категорії ком'юніті менеджменту. Зміст і структура ком'юніті менеджменту: аналіз середовища; визначення місії та стратегічних цілей; вибір і оцінка стратегій; реалізація і контроль виконання стратегії. Формування спільноти організації. Основні форми роботи ком'юніті менеджменту.

Етапи розвитку ком'юніті менеджменту: бюджетування, довгострокове планування, стратегічне планування, формування спільноти.

Семінарське заняття 1. Обов'язки ком'юніті менеджера: світові та українські приклади (2 год.).

Практичне заняття 1. Основні навички ком'юніті менеджера (2 год.).

Практичне заняття 2. Організація роботи зі спільнотою (2 год.).

Лекція 2. Формування команди спільноти задля реалізації локальних цілей (2 год.).

Функції та основні завдання менеджера спільноти для формування команди. Оцінка та управління процесами і проектами. Вплив соціальних медіа на формування спільноти бренду.

Управління громадою. Менеджер спільноти: завдання та цілі. Комунікація для реалізації локальних завдань громади. Розвиток спільноти.

Семінарське заняття 2. Менеджмент спільноти на прикладі бюджету участі (2 год.).

Практичне заняття 3. Об'єднання громади навколо спільної мети бюджету участі (2 год.).

Модуль II. Сучасне управління проектами, формування спільнот

Лекція 3. Створення спільноти бренду (2 год.).

Мета та цілі, що об'єднують спільноту бренду. Моніторинг користувачів та робота з цільовою аудиторією бренду. Комунікація для реалізації комерційних цілей.

Інструменти та можливості комунікацій. Способи здійснення цифрової комунікації. Веб інструменти для комерційної діяльності. Поширені інструменти комунікації: групові чати, боти, канали та публічні акаунти. Цифровий етикет та соціальні мережі. Типи пошукових систем. Поняття «інформаційний пошук», основні етапи та види інформаційного пошуку. Поняття «хмарні технології», категорії та моделі розгортання хмар. Платформи на основі відкритих даних. Визначення та комунікація з цільовою аудиторією.

Семінарське заняття 3. Робота з аудиторією. Моніторинг користувачів (2 год.).

Практичне заняття 4. Медіа ком'юніті (2 год.).

Практичне заняття 5. Формування волонтерської спільноти (2 год.).

Лекція 4. Цифрові проєкти та їх спільноти (2 год.)

Персональний підхід - інформаційні інтереси користувачів. Зворотний зв'язок із аудиторією через інтерактивність веб-середовища. Реакція користувачів на повідомлення та діалогічний характер комунікації - умова успішного функціонування сайта. Кластеризація цільової інтернет-аудиторії. Зміна ролі аудиторії в цифрових медіа. «Епохи веб 2.0» або «громадянської журналістики». Від аматорства до професіоналізму в діджитал комунікації. Поширені інструменти для онлайн зустрічей (Cisco Webex Meeting, Skype, Google Hangouts Meet, Zoom). Сервіси та програмне забезпечення для проведення вебінарів (YouTube Live, Blackboard Collaborate, EverWebinar, WebinarJam). Інструменти для організації онлайн-івентів (Crowdcast, 6connex, Hey Summit, Demio, Shindig, Twitch, Run the world). Інструменти для онлайнспілкування (Slack, VideoAsk, Notion). Інструменти для онлайн-опитувань (Slido, Poll Everywhere, Kahoot).

Практичне заняття 6. Діджитал інструменти управління спільнотою (2 год.).

Практичне заняття 7. Монетизація клубного членства (2 год.).

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень здобувачів

Навчальні досягнення здобувачів із дисципліни «Менеджмент та маркетинг у професійній сфері: Ком'юніті менеджмент» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності здобувачів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю подано у табл. 6.1.

Таблиця 6.1

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

Вид діяльності	Максима кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	Кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	2	2

Відвідування практичних, семінарських занять	1	5	5	5	5
Робота на практичних, семінарських заняттях	10	5	50	5	50
Виконання завдання для самостійної роботи	5	1	5	1	5
Модульна контрольна робота	25	1	25	1	25
Разом			87		87
Максимальна кількість балів: 174					
Розрахунок коефіцієнту: $174 : 60 = 2,9$					
Здобувач отримав в процесі поточної роботи 169 балів. $169:2,9=58$ балів					

Методи контролю

Перевірка й оцінювання знань здобувачів здійснюється методами контролю та самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності (методи усного, письмового, практичного контролю та методи самоконтролю). Об'єктами контролю є систематичність, активність і результативність роботи здобувача впродовж семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни в межах аудиторних занять, а також виконання завдань для самостійного опрацювання.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять, він має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача до виконання конкретної роботи.

Оцінювання самостійної роботи й активності на практичних заняттях здійснюється за такими критеріями:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

Модульний контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Завдання для проміжного контролю знань охоплюють теми, які вивчаються в межах окремих модулів.

Кожний модуль включає бали за поточну роботу здобувача на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Модульний контроль знань здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Модуль I

Ком'юніті менеджмент: як розвивати спільноту (9 год.)

Завдання 1. Пройти сучасні безкоштовні онлайн курси з сучасних технологій ефективного управління проектами і отримати сертифікат, який підтвердить виконання завдання самостійної роботи. Сертифікат завантажити у відповідний розділ ЕНК) – 9 годин, максимальна оцінка 5 балів.

Модуль II

Сучасне управління проектами, формування спільнот (9 год.)

Завдання 2. Ознайомитися із позитивними прикладами створення спільноти бренду. Розробити стратегію спільноти для одного з проектів на вибір (волонтерство, бренд, медіа). Охарактеризувати принципи організації спільноти, визначити партнерів та учасників проектів, візуалізувати найбільш цікаві об'єкти за вибором здобувача, результати аналізу представити у вигляді презентації, захист якої передбачено під час МК 2. Представити роботу для перевірки (завантажити у відповідний розділ ЕНК). – 9 годин, максимальна оцінка 5 балів.

Самостійна робота – один з основних засобів оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від аудиторних навчальних занять. Упровадження в практику навчальної програми різноманітних форм самостійної роботи активно сприяє модернізації навчального процесу шляхом подолання протиріч між трансляцією знань і їх засвоєнням у взаємозв'язку теорії та практики.

Головною метою самостійної роботи є закріплення, розширення та поглиблення набутих у процесі аудиторної роботи знань, умінь і навичок, а також самостійне вивчення та засвоєння нового матеріалу під керівництвом викладача, але без його безпосередньої участі.

Питання, що виникають у здобувачів стосовно виконання запланованих завдань, вирішуються на консультаціях, які проводять згідно з графіками, затвердженими кафедрою.

Самостійна робота здобувачів полягає в таких положеннях:

– самостійне вивчення теоретичних, історичних і науково-практичних тем;

- самостійна робота з джерелами та літературою з метою кращого засвоєння програмного матеріалу після відвідування лекцій;
- підготовка наукових повідомлень, інформаційних довідок;
- підготовка вибіркового дослідного завдання на базі критичного огляду наукових публікацій, розроблення пропозицій щодо вирішення актуальних проблем або прогнозів за обраною тематикою;
- презентація та захист результатів виконання вибіркового дослідницького завдання на практичному занятті.

Одним із видів самостійної роботи є опрацювання лекційного матеріалу, визначення головного в змісті лекції, засвоєння її основних моментів. При цьому не слід дослівно записувати за лектором, а своїми словами фіксувати найсуттєвіше: тему, її основні питання та положення. На сторінках конспекту варто залишати широкі поля для додаткових поміток під час самостійної роботи над літературою.

Для систематизації отриманих знань з дисципліни до кожної наступної теми слід ретельно готуватись: систематично опрацьовувати матеріал попередньої лекції, рекомендовану літературу, повторювати пройдений матеріал, на який лектор посилається при викладанні нового. Якщо з певних причин лекція пропущена, її необхідно законспектувати й опрацювати самостійно, незрозумілі питання з'ясувати на консультації.

Основні види самостійної роботи здобувачів з дисципліни: вивчення лекційного матеріалу, опрацювання рекомендованої літератури, самоконтроль рівня засвоєння програмного матеріалу, написання рефератів.

Критерії оцінки результатів самостійної роботи.

У процесі виконання самостійної роботи викладач оцінює:

- рівень засвоєння здобувачем навчального матеріалу, винесеного на самостійне опрацювання;
- вміння використовувати теоретичні знання при виконанні практичних задач;
- обґрунтованість та логічність викладення самостійно вивченого матеріалу;
- повноту розкриття теми дослідження;
- оформлення матеріалів згідно з висунутими вимогами;
- максимальна кількість балів за 1 (одне) виконане завдання – 5.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Формою проведення модульного контролю є модульні контрольні роботи, які складаються з творчих завдань з максимальною кількістю балів – 25. Головними критеріями оцінювання знань і вмінь здобувачів є оригінальність поданого матеріалу.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Формою проведення семестрового контролю, який проводиться з метою оцінювання результатів навчання після закінчення вивчення дисципліни за результатами шести модулів – екзамен. Умовою допуску до екзамену є набрання здобувачем (відвідування лекцій, відвідування і робота на семінарських та практичних заняттях, виконання самостійних завдань, МКР) щонайменше 35 балів.

6.5. Орієнтовний перелік питань до екзамену

1. Розкрийте сутність поняття «ком'юніті менеджмент»
2. Охарактеризуйте основні навички ком'юніті менеджера
3. Проаналізуйте створення спільноти на прикладі медіабренду
4. Проаналізуйте створення спільноти на прикладі волонтерського проєкту
5. Охарактеризуйте діджитал інструментарій для роботи зі спільнотами
6. Визначте основні форми управління проєктами
7. Розкрийте пріоритети і проблеми формування ком'юніті бренду та громади
8. Охарактеризуйте сильні та слабкі сторони монетизації клубного членства
9. Наведіть приклади з реалізації ком'юніті спільноти у світі
10. Наведіть приклади з реалізації ком'юніті спільноти в Україні

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

7. Навчально-методична карта дисципліни «Менеджмент та маркетинг у професійній сфері: Ком'юніті менеджмент» (2 курс)

Разом: 60 год., з них: 8 год. – лекційних, 14 год. – практичних, 6 год. - семінарських 4 год. – модульні контрольні роботи, 18 год. – самостійна робота, екзамен – 10 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
Модулі	модуль I				модуль II			
Назва модуля	Ком'юніті менеджмент: як розвивати спільноту				Сучасне управління проєктами, формування спільнот			
Кількість балів за модуль	87 б.				87 б.			
Теми лекцій	Основи ком'юніті менеджменту: мета і завдання курсу – 1 б.		Формування команди спільноти задля реалізації локальних цілей – 1 б.		Створення спільноти бренду – 1 б.		Цифрові проєкти та їх спільноти – 1 б.	
Теми семінарських занять	Обов'язки ком'юніті менеджера: світові та українські приклади – 11 б.		Менеджмент спільноти на прикладі бюджету участі – 11 б.		Робота з аудиторією. Моніторинг користувачів – 11 б.			
Теми практичних занять	Основні навички ком'юніті менеджера – 11 б.	Організація роботи зі спільнотою – 11 б.	Об'єднання громади навколо спільної мети бюджету участі – 11 б.		Медіа ком'юніті – 11 б.	Формування волонтерської спільноти – 11 б.	Діджитал інструменти управління спільнотою – 11 б.	Монетизація клубного членства – 11 б.
Самостійна робота	5 б.				5 б.			
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.				Модульна контрольна робота 2 – 25 б.			
Підсумковий контроль	Комплексний екзамен							

Рекомендовані джерела

Базова література

1. Андрушків Б.М., Черничинець С. П. Корпоративне управління: навч. посібник. Київ : Кондор, 2011. 528 с.
2. Божидарнік Т.В., Василик Н.М. Креативний менеджмент : навч. посіб. Харків : Вид. ОЛДІ-ПЛЮС, 2014. 498 с.
3. Скібіцька Л., Матвєєв В., Щелкунов В., Подреза С. Антикризисний менеджмент : навч. посіб. Київ : Вид. ЦУЛ, 2020. 584 с.
4. Тимошко Г. М. Менеджмент соціальної роботи. : навч. посіб. Ніжин : Вид. ПП Лисенко М.М., 2011. 308 с.
URL: https://lib.iitta.gov.ua/721606/1/20_Навчальний%20посібник%20МСП_2011_.pdf. (дата звернення: 21.12.2023)

Додаткова література

1. Апелло Ю. Менеджмент 3.0. Agile-менеджмент. Лідерство та управління : пер. з англ. під ред. Г. Якубовська. Харків : Фабула, 2019. 464 с.
2. Донейти та клуби лояльних. Як українські медіа вчать заробляти на читачах *Adsider* : вебсайт. URL: <https://adsider.com/ua/doneyty-ta-kluby-loial-nykh-yak-ukrains-ki-media-vchat-sia-zarobliaty-na-chytachakh/> (дата звернення: 24.01.2023).
3. Ком'юніті-менеджер: хто це, його обов'язки і навички. *inskills.space* : вебсайт. URL: <https://inskills.space/uk/komyuniti-menedzher-hto-cze-osnovni-obovyazki-i-navichki/> (дата звернення: 24.01.2023).
4. Ком'юніті-менеджмент, спонсорство, заходи: стартує безкоштовний курс про спортивний маркетинг. Маркетинг на MMR. *MMR* : вебсайт. URL: <https://mmr.ua/ru/show/startuye-bezkoshtovnij-kurs-pro-sportivnij-marketing> (дата звернення: 24.01.2023).
5. Пікетті Т. Капітал у ХХІ столітті : пер. з англ. під ред. Н. Палій. Київ : Наш Формат, 2016. 696 с.
6. М. Скорик. Дієвий краудфандинг: що потрібно знати громадській організації, щоб ефективно збирати пожертви через власний сайт / Центр інформації про права людини. Київ, 2018. 30 с.
URL: <https://cutt.ly/kXYk3Hk> (дата звернення: 24.01.2023).
7. Хто такий ком'юніті-менеджер. *Bazilik Media* : вебсайт. URL: <https://bazilik.media/khto-takyj-kom-iuniti-menedzher/> (дата звернення: 24.01.2023).
8. Як створювати, розвивати та підтримувати спільноти | CSR Ukraine. *CSR Ukraine* : вебсайт. URL: <https://csr-ukraine.org/news/yak-stvoryuvati-rozvivati-ta-pidtrimuv/> (дата звернення: 24.01.2023).
9. 6 питань про професію ком'юніті-менеджера. *Happy Monday* : вебсайт. URL: <https://happy monday.ua/komjunity-menedzher> (дата звернення: 24.01.2023).

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

№ з/п	Адреса вебсайту	Назва вебсайту
1	https://influencermarketinghub.com/social-media-community-management/	Influencer Marketing Hub
2	https://blog.incisive-edge.com/blog/what-is-social-community-management	Inbound Marketing Blog Incisive Edge
3	https://blog.hubspot.com/marketing/community-management-expert-advice	HubSpot Blog Marketing, Sales, Agency, and Customer Success Content
4	https://academy.hubspot.com/courses/social-media	HubSpot Academy - Homepage
5	https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:IRF+PM101+2017_T1/about	Prometheus – Найкращі онлайн-курси України та світу